



THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, HALAL LABEL, ON MUSLIM CONSUMERS' PURCHASE DECISIONS

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM

Bagus Riski

Universitas Potensi Utama

E-mail: riskialmarelani74@gmail.com

Diterima tanggal 30 Mei 2022, disetujui tanggal 11 Juni 2022

ARTICLE INFO

Correspondent

Bagus Riski
riskialmarelani74@gmail.com

Key words

price, Product Quality, Halal Label, Purchase Decision

Website:

<http://idm.or.id/JSER>

page: 44 - 53

ABSTRACT

The study was conducted to measure how much direct influence the variables of product quality, price, halal label, on the purchasing decisions of Muslim consumers (case study on UD. Maya snacks marelani field). The sample in the research activities is Muslim consumers who make purchases at UD. Maya snacks marelani field. The research methods used in this study through quantitative approaches using path analysis with linear regression models are supported by model tests and statistical tests using the help of the SPSS program version 16. From the results of the research data conducted, researchers concluded that this study produced a coefficient of determination (R-square) of 65.8% obtained from variables in price, product quality, halal labels, influencing the purchasing decisions of Muslim consumers (case study on UD. Maya snacks marelani field), then the remaining 34.2% is explained by the existence of other variables. From the tests conducted simultaneously explaining the price variables, product quality, halal labels, do not have an influence in the purchasing decisions of Muslim consumers in (UD). Maya marelani., this can be seen from the value of $F_{hitung} (1.211) < F_{tabel} (2.72)$. It can then be seen partially explaining the price variables, product quality, halal labels, affecting the decision to buy made by Muslim consumers (case study on UD. Maya snacks of marelani field district).

Copyright © 2022 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Koresponden Bagus Riski riskialmarelani74@gmail.com</p> <p>Kata kunci Harga, Kualitas Produk, Label Halal, Keputusan Pembelian</p> <p>Website: http://idm.or.id/JSER</p> <p>hal: 44 - 53</p>	<p>Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh langsung variabel kualitas produk, harga, label halal, terhadap keputusan pembelian konsumen muslim (studi kasus pada UD. Cemilan Maya medan marelان). Yang menjadi sampel dalam kegiatan penelitian yaitu konsumen muslim yang melakukan pembelian pada UD. Cemilan Maya medan marelان. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis jalur dengan model regresi linier didukung dengan uji model dan uji statistik menggunakan bantuan program SPSS versi 16. Dari hasil olah data penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa penelitian ini menghasilkan koefisien determinasi (R-square) yaitu sebesar 65,8% diperoleh dari variabel harga, kualitas produk, label halal, mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim (studi kasus pada UD. Cemilan Maya medan marelان), kemudian sisanya 34,2% dijelaskan dengan adanya variable lain. Dari uji yang lakukan secara simultan menjelaskan variabel harga, kualitas produk, label halal, tidak memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian konsumen muslim di (UD. Cemilan Maya medan marelان.), hal ini dapat dilihat dari nilai Fhitung (1,211) < Ftabel (2,72).Kemudian dapat dilihat secara parsial menjelaskan variabel harga, kualitas produk, label halal, berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli yang dilakukan konsumen muslim (studi kasus pada UD. Cemilan Maya kecamatan medan marelان).</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2022 JSER. All rights reserved.</i></p>

PENDAHULUAN

Pada dasarnya setiap insan memiliki hawa nafsu, setiap insan memiliki keinginan untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan hidup. Manusia merupakan makhluk yang tersusun dari berbagai macam unsur, baik ruh, tubuh, akal maupun hati. Semua unsur dalam diri manusia memiliki keterikatan antara yang satu dengan yang lain. Misalnya, kebutuhan setiap insan untuk mengkonsumsi makanan, pada dasarnya tidak hanya untuk melpas lapar dan dahaga saja, namun juga akan berpengaruh terhadap kuatnya jasmani, makanan yang dikonsumsi juga berdampak pada unsur tubuh yang lain, contohnya, roh, akal, hati dan jiwa. Karena itu, didalam Islam mewajibkan setiap makanan yang dikonsumsi haruslah didapatkan dengan jalan yang halal serta memiliki kandungan yang juga halal, agar bermanfaat didunia dan akhirat tentunya, manusia memiliki peran sebagai makhluk sosial, hidup bermasyarakat dan berinteraksi dengan manusia lain.

Selain itu, manusia sebagai mahluk social juga berarti dalam memenuhi hidupnya manusia akan selalu bergantung pada orang lain, dengan begitu, manusia sebagai

mahluk social tidak dapat dipisahkan dari kelompok masyarakat karena manusia memiliki naluri untuk hidup bersama dengan orang lain, tentu akan melibatkan aktivitas ekonomi, sebagai manusia kita tentu membutuhkan orang lain dalam memenuhi kebutuhan hidup, pertukaran barang dan jasa dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi dalam ekonomi islam adalah upaya memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Konsumsi merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan kebutuhan dasar didalam kehidupan manusia. Mengonsumsi makanan, minuman serta pemanfaatan barang dan jasa dalam mencukupi kebutuhan hidup merupakan perilaku konsumen. Setiap umat beragama muslim ditekankan dalam kegiatan mengonsumsi makanan, minuman ataupun jasa haruslah kembali kepada fitrahnya untuk beribadah kepada allah, anjuran Islam didalam mengonsumsi haruslah sesuai dengan ketentuan yang ada, dalam rangka pemenuhan kebutuhan manusia baik jasad maupun ruhaniah, agar dapat maksimal dalam menjalankan fungsinya sebagai insan hamba sang pencipta, mencari ridha allah didunia serta akhirat.

Informasi dibutuhkan setiap konsumen dalam mencari barang atau jasa yang ingin dikonsumsi oleh konsumen sehingga mempermudah proses dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk. Kotler berpendapat ada faktor- faktor yang menjadikan seseorang melakukan pengambilan keputusan untuk membeli antara lain keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, sipenjual, jumlah produk, waktu pembelian produk, dan keputusan tentang bagaimana cara pembayaran. Berbeda dengan zaman dulu saat ini calon konsumen lebih aktif dalam menggali dan pencarian informasi mengenai produk yang ingin dikonsumsi.

Sumber Informasi tentang barang yang ingin dikonsumsi bisa didapat lewat sumber-sumber, diantaranya lewat gaged (searching gogole), rating di media social seperti tiktok, youtube, twitter, facebook serta media televisi, spanduk, koran, majalah, tenaga penjual dan kemasan bisa juga lewat sumber personal seperti (keluarga, teman, tetangga, kenalan). Disetiap bungkus/ kemasan terdapat data/ pemberitahuan berupa komposisi, cantuman keamanan produk apakah aman ataupun tidak untuk dikonsumsi balita/ ibu hamil diusia tertentu. Sajian informasi yang terdapat pada bungkus/ kemasan produk seperti tanda kehalalan, dimaksudkan dapat menjadi penyaring bagi konsumen pada setiap keputusan pembelian produk secara tepat.

Islam tidak pernah melarang setiap muslim untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, namun dalam memenuhi kebutuhan hidup setiap muslim harus berpegang pada Al-Quran dan hadis. Setiap umat beragama muslim harus memperhatikan kualitas dalam memilih sebuah produk, salah satu kunci dalam memilih produk yang berkualitas haruslah mempertimbangkan halal ataupun haramnya produk tersebut, selain halal dan sehat untuk tubuh juga baik untuk dikonsumsi. Begitu banyak

perintah Allah dalam AL-Quran yang memerintahkan untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik. Salah satu yang menjadi perhatian penting dalam pembuatan produk di sebuah perusahaan yaitu menjaga kualitas produk.

Kualitas produk dari hasil produksi perusahaan menjadi salah satu tolak ukur konsumen dalam membeli produk suatu perusahaan. Perusahaan harus bisa menjaga kualitas produk bahkan menaikkan kualitas produk sesuai kebutuhan pelanggan. Penciptaan produk dengan kualitas tinggi diharapkan dapat memenangkan persaingan dagang dan menjadikan perusahaan menguasai pasar. Perhatian yang diberikan terhadap mutu dan kualitas akan menimbulkan efek yang baik terhadap usaha atau bisnis, efek yang ditimbulkan yaitu, efek biaya produksi dan efek pendapatan. Efek biaya produksi dengan proses produksi yang dilakukan dengan mengikuti standart yang dibuat akan meminimalisir kerusakan produk yang dibuat, kemudian efek penerimaan dari pendapatan yang tinggi didapatkan dari nilai jual barang yang berkualitas akan memiliki nilai jual yang tinggi pula.

Perhatian yang diberikan terhadap komponen komponen seperti kualitas produk akan menimbulkan dampak positif terhadap perolehan laba perusahaan. Ilmu keagamaan yang baik, akan mempengaruhi umat islam didalam menyeleksi pemilihan produk yang akan dipakai. Seperti dibanyak negara muslim yang kita ketahui, umat Islam diindonesia juga diberi perlindungan oleh lembaga pengawas yang bertugas mensertifikasi kehalalan produk. Indonesia memiliki lembaga pengawas yang menjamin kehalalan produk yang diterbitkan oleh MUI. ini adalah lembaga Pengawasan Dan Peredaran Obat Dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOMMUI).

Perubahan aturan terjadi melalui peraturan pemerintah, undang undang jaminan produk halal sekarang di bawah kewenangan Kementerian Agama (Kemenag). Setiap produk diwajibkan mensertifikasi kehalalan melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah Kementerian Agama (Kemenag). Setiap muslim diharapkan memiliki kesadaran dalam mengonsumsi produk yang halal. Pemerintah juga diharapkan dapat mengawasi dan memastikan produk yang beredar di masyarakat halal untuk dikonsumsi umat beragama islam. Walaupun kita melihat kenyataan bahwa begitu banyak temuan produk didapati tidak memiliki label halal beredar dimasyarakat. Saya melihat banyak orang yang tidak memperdulikan label halal, yang terpenting bagi orang-orang adalah harga yang terjangkau.

Dari hasil observasi penelitian, didapati begitu banyak jumlah umat islam yang membeli produk olahan makanan tanpa terdapat label halal pada bungkus /kemasan produk. Penulis menilai fenomena yang ada adalah permasalahan. Sangat disayangkan ini terjadi pada umat islam karena produk halal maupun haram yang dikonsumsi memiliki pengaruh kepada kesehatan badan maupun hati manusia, ini tentu berseberangan dengan ayat Quran pada surah Al-Baqarah ayat 168.UD. Cemilan Maya. merupakan kios cemilan makanan olahan ringan yang beralamat di

jl. Marelan 1 Lk 03 simpang gang, pendidion medan marelan, ini merupakan alamat tempat penjualan produk olahan makanan UD. Cemilan Maya. Terlihat bahwa UD. Cemilan Maya memiliki volume penjualan yang besar, dilihat dari pengunjung yang datang dan membeli produk cemilan olahan, penyertaan label halal pada bungkus/kemasan produk diharapkan dapat menaikkan omset penjualan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, dengan pendekatan kuantitatif, penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang kemudian diolah dengan analisis statistik. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan hubungannya. menggunakan data- data, angka yang selanjutnya dianalisis melalui aplikasi statistic sehingga dapat memberi jawaban atas pertanyaan dan hipotesis. Lokasi penelitian dilakukan di kios penjualan cemilan UD. Cemilan Maya, kios perbelanjaan cemilan makanan yang beralamat di Jl. Marelan Pasar 1 rel, simpang gang pendidion kelurahan tanah enamratus kecamatan Medan Marelan.

Pada penelitian ini ada 4 (empat) variabel yang digunakan, diantaranya variable keputusan pembelian konsumen dilambangkan dengan (Y) sebagai variabel dependent, variabel ini adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, kemudian ada variabel kualitas produk dilambangkan dengan (X1), label halal dilambangkan dengan (X2), harga jual dilambangkan dengan (X3) ke tiga variable ini merupakan variabel independent variabel atau variable bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian Ini menggunakan analisis regresi berganda, analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim, seberapa besar pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian muslim, seberapa besar pengaruh harga jual terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya. Adapun hasil uji regresi berganda melalui uji statistik spss 16 yaitu :

Hasil Regresi Linier Berganda Variabel Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.248	.821		.266	.781
	Kualitas Produk	.344	.089	.463	5.486	.000
	Label Halal	.113	.082	.178	1.041	.071
	Harga Jual	.201	.069	.380	4.600	.035

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, Juli 2021

Dari hasil olah data diatas dapat dinyatakan bahwa :

- a) Nilai konstanta 0,248 memiliki arti bahwa jika variabel kualitas produk, label halal, harga jual sama dengan 0, maka keputusan pembelian meningkat sekitar 0.248
- b) Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,344 diartikan jika kualitas produk meningkat 1% maka keputusan pembelian konsumen meningkat menjadi 0,344%. Sebaliknya, jika kualitas produk menurun 1% maka keputusan pembelian konsumen menurun sebesar 344%. Disini artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya dari melihat tabel coefficient yang menunjukkan bahwa angka sig 0.000 lebih kecil dari 0.05 artinya ini memiliki pengaruh signifikan, semakin tinggi tingkat kualitas produk maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat.
- c) Nilai koefisien label halal sebesar 0,113 diartikan bahwa jika variabel label halal meningkat 1% maka keputusan pembelian meningkat 0,113%. Sebaliknya, jika label halal menurun 1% maka keputusan pembelian konsumen muslim menurun 0,113%. Disini terlihat bahwa label halal berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya, dengan melihat tabel koefisien bahwa angka sig sebesar 0.071 lebih besar dari 0.05.
- d) Nilai koefisien harga jual sebesar 0,201 diartikan bahwa jika harga jual produk meningkat 1% maka keputusan pembelian konsumen muslim meningkat sebesar 0,201 %. Sebaliknya, jika harga jual menurun 1% maka keputusan pembelian menurun sebesar 0,201 %. Disini terlihat bahwa variabel harga jual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim muslim pada Cemilan Maya, ini dapat dilihat dari nilai sig 0,0201 lebih kecil dari 0.05.

Uji Hipotesis

Pada analisis ini dilakukan uji Determinasi Variabel Keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya sebagai berikut:

Uji Determinasi Variabel Keputusan Pembelian¹

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.658	.704	2.927

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, juli 2021

Dapat dilihat tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji determinasi nilai R Square pada model summary sebesar 0,658 yang memiliki arti bahwa variabel kualitas produk, label halal, harga jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya kecamatan medan marelan sebesar 65,8% sedangkan sisanya 34,2% dijelaskan oleh pengaruh faktor-faktor lain.

Pada analisis ini akan melakukan uji ANOVA Variabel Keputusan pembelian, sebagai berikut:



Uji Anova Variabel Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.953	3	5.318	1.121	.336 ^a
	Residual	187.774	40	4.694		
	Total	203.727	43			

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

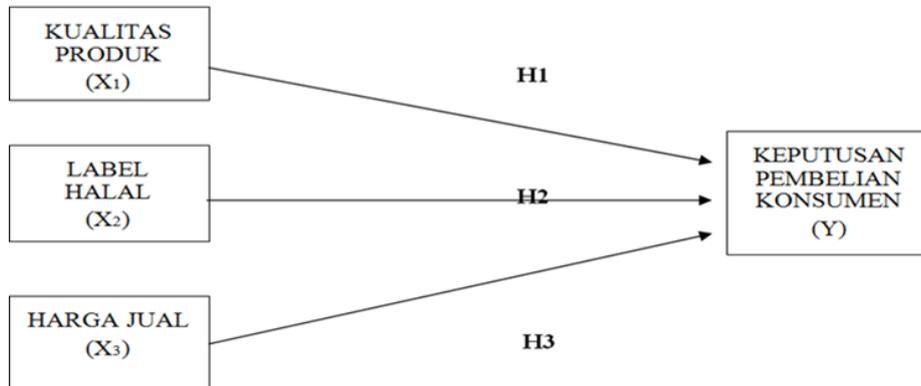
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian konsumen

Sumber: Data diolah, juli 2021

Berdasarkan hasil uji statistik tabel di atas terlihat nilai F-hitung adalah 1,121 dengan nilai signifikansi adalah 0,336. Nilai F-tabel pada jumlah obeservasi sebanyak 44 dengan tingkat alpha 5% dan k merupakan jumlah seluruh variabel baik variabel independen dan dependen adalah 4, maka nilai $n - k = 44 - 4 = 40$ yaitu 2,61. Sehingga diperoleh hasil F-tabel lebih besar dari F-hitung atau $2,61 > 1,121$ dan juga terlihat pada nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 5% atau $0,336 < 0,05$ dari hasil yang ada dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, label halal, harga jual tidak secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya dengan kesimpulan H_0 ditolak.

Analisis Jalur

Dapat dibuat model analisis jalur sebagai berikut:



Pembahasan

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya kecamatan medan marelان sebesar 0,433 dengan standar error 0,89 dan pengaruhnya signifikan dengan nilai t hitung 5,486 lebih besar dibandingkan dengan t-tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya kecamatan medan marelان sebesar 34,4%.

b. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya kecamatan medan marelان sebesar 0,113 dengan standar error 0,82 dan pengaruhnya tidak signifikan dengan nilai t hitung 1,041 lebih besar dibandingkan dengan t-tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara label halal dengan keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya kecamatan medan marelان sebesar 11,3%.

c. Pengaruh Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengaruh harga jual terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya kecamatan medan marelان sebesar 0,201 dengan standar error 0,69 dan pengaruhnya signifikan dengan nilai t hitung 4,600 lebih besar dibandingkan dengan t-tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara harga jual dengan keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya kecamatan medan marelان sebesar 20,1%.

SIMPULAN DAN SARAN

Pengaruh langsung kualitas produk, label halal, harga jual terhadap keputusan pembelian konsumen muslim (studi kasus pada UD. Cemilan Maya. kecamatan Medan Marelan).

1. Ditemukan terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya. kecamatan Medan Marelan.
2. Terdapat pengaruh variabel label halal namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya. kecamatan Medan Marelan.
3. Terdapat pengaruh signifikan variabel harga jual terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya. kecamatan Medan Marelan.
4. Tidak terdapat pengaruh simultan variabel kualitas produk, label halal, harga jual terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada UD. Cemilan Maya. kecamatan Medan Marelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., Armstrong, G., Brown, L., and Adam, S. (2006) *Marketing*, 7th Ed. Pearson Education Australia/Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2012), *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Singgih Santoso. 2000. *Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Uma Sekaran, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Daga, Rosnaini (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (PDF). Gowa: Global Research and Consulting Institute. hlm. 37-38. ISBN 978-602-5920-17-2.
- Sumber Media Online:
<https://grafis.tempo.co/read/2959/fakta-fakta-logo-halal-baru-versi-kementerian-agama> akses 10 Agustus 2022

<https://kamus.tokopedia.com/h/harga/> akses 6 Agustus 2022

<https://id.wikipedia.org/wiki/Produk#Jenis> akses 6 Agustus 2022

<https://ihatec.com/label-halal/#comments> akses 6 Agustus 2022