

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKANAN CEPAT SAJI
BFC DI SUKARAME MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas - Tugas dan Memenuhi
Syarat - Syarat Guna Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

**Rahmat Romdoni
1551010268**

Program Studi: Ekonomi Syari'ah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443H/2022 M**

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKANAN CEPAT SAJI
BFC DI SUKARAME MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas - Tugas dan Memenuhi
Syarat - Syarat Guna Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



Pembimbing I : Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A.
Pembimbing II : Dimas Pratomo, M.E

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443H/2022 M**

ABSTRAK

Kebutuhan pangan adalah kebutuhan yang perkembangannya paling pesat diantara kebutuhan lainnya. Seiring dengan majunya perkembangan industri pangan yang terjadi, perindustrian di Indonesia juga harus mampu menjawab semua tantangan dalam menjangkau perubahan yang terjadi disekitarnya. Hal ini berlaku untuk seluruh sub sektor industri termasuk industri makanan yang ada di Indonesia itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian yang diuji secara parsial, simultan dan perspektif ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang sedang berlaku, di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada.

Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif antara variabel labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi tertinggi terletak pada variabel kualitas pelayanan dengan nilai 2.840 dan nilai koefisien regresi terendah terdapat pada variabel persepsi harga yaitu 1.987. Berdasarkan hasil uji analisis, penelitian ini juga diuji dengan menggunakan uji simultan (F) ini untuk menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 14.105 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$. Islam adalah agama yang komprehensif yang mencakup semua aspek kehidupan, mengatur semua perilaku manusia. Bahkan tidak ada satupun sistem sosial tradisional dan modern yang telah menetapkan standar moral bagi manusia dan mengatur semua aspek kehidupan manusia sampai persoalan detail selain islam, termasuk dalam hal ini konsumsi. Selain itu peneliti menyimpulkan bahwa makanan cepat saji yang dikeluarkan oleh BFC yang ada di Sukarame sudah menjalankan ajaran dan amanah orang Islam dengan memasarkan makanan yang halal. Oleh karena itu, labelisasi halal juga sangat dianjurkan bagi produk dan merk lain agar tingkat kehalalan dalam produksi makanan dapat ditingkatkan sebagaimana mestinya.

Kata Kunci: Labelisasi Halal, Harga, Keputusan Pembelian, dan Perspektif Ekonomi Islam

ABSTRACT

The need for food is a need that is developing the most rapidly among other needs. Along with the advancement of the development of the food industry, the industry in Indonesia must also be able to answer all the challenges in reaching the changes that occur around it. This applies to all industrial sub-sectors including the food industry in Indonesia itself. The purpose of this study was to determine the effect of halal labeling and price on purchasing decisions which were tested partially, simultaneously and from an Islamic economic perspective.

This type of research uses quantitative data. This research is descriptive quantitative which aims to describe what is currently happening, in which there are attempts to describe, record, analyze, and interpret the conditions that are currently happening or exist.

Based on the results of the partial statistical test, it shows that there is a positive relationship between the halal labeling variable and price on purchasing decisions with the highest regression coefficient value being in the service quality variable with a value of 2.840 and the lowest regression coefficient value being the price perception variable, namely 1.987. Based on the analysis test results, this study was also tested using the simultaneous test (F) to show that the F-count value was 14,105 with a significance of $0.000 < 0.005$. Islam is a comprehensive religion that covers all aspects of life, regulates all human behavior. There is not even a single traditional and modern social system that has set moral standards for humans and regulates all aspects of human life to details other than Islam, including in this case consumption. In addition, the researcher concludes that the fast food issued by the BFC in Sukarame has carried out the teachings and mandate of Muslims by marketing halal food. Therefore, halal labeling is also highly recommended for other products and brands so that the level of halalness in food production can be increased accordingly.

Keywords: Halal Labeling, Price, Purchase Decision, and Islamic Economic Perspective



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah in:

Nama : Rahmat Romdoni
NPM : 1551010268
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKANAN CEPAT SAJI BFC DI SUKARAME MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”** benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, Mei 2022
Penyusun

Rahmat Romdoni
NPM. 1551010268



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : “PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKANAN CEPAT SAJI DI BFC SUKARAME MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Nama : Rahmat Romdoni
NPM : 1551010268
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Prof. Dr. Tulus Suryanto., M.M. Akt.,C.A.

NIP. 196010201988031005

Pembimbing II

Dimas Pratomo, M.E

NIP. 199305282018011003

Ketua Jurusan

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.

NIP. 1982080820112009



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**


Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKANAN CEPAT SAJI BFC DI SUKARAME MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”** di susun oleh Rahmat Romdoni, NPM 1551010268, Program Studi Ekonomi Syariah telah di ujikan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: : Selasa, 7 Juni 2022

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Madnasir, S.E., M.Si


.....
a.n

Sekretaris : Okta Supriyaningsih, M.E.Sy.


.....

Penguji I : Dr. Erike Angraini, M.E.Sy


.....

Penguji II : Prof. Dr. Tulus Suryanto., M.M. Akt., C.A.


.....

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A.

NIP. 190092200861008

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿٣٤﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang Hari Kiamat; dan Dialah Yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal*” (QS.Luqman (31) : 34)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT dan senantiasa bershalawat kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, dengan ini penulis persembahkan hasil penulisan skripsi kepada :


1. Kepada kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Ali Ichsan dan Ibunda Rosmalita yang senantiasa kuhormati dan kubanggakan dalam keadaan apapun. Saya ucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tuaku, karena berkat doa dan usaha beliaulah langkah demi langkah yang penulis tempuh senantiasa dipermudah oleh Allah SWT, hingga sampai akhirnya penulis mampu menyelesaikan studi S1 di UIN Raden Intan Lampung. Semoga mereka selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan senantiasa dilimpahkan keberkahan atas setiap langkahnya yang tulus dan ikhlas.
2. Kepada Abang Agus Setiawan, Riki Ardian dan kakak Septi Rahmayani, Rika Pustpita Sari, adikku Andika Libia Prasetyo serta keponakan Kasyifa Putri Ningtyas, Khairan Agnia Rafifa dan si kembar Shidqina & Shidqia Az-Zahra yang sangat kubanggakan. Saya ucapkan banyak terima kasih atas dukungan dan doa yang senantiasa menyertai setiap jengkal langkah usahaku.
3. Kepada seluruh keluarga besar di Liwa, Lampung Barat dan yang selalu memberi nasehat serta masukkan positif semasa hidupnya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Teruntuk Almamater UIN Raden Intan Lampung dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang kucintai dan kubanggakan.
5. Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri dan juga kepada orang yang selalu bertanya: “Kapan skripsimu selesai?”.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kasui tertanggal 01 Maret 1995 dari pasangan Bapak Ali Ichsan dan Ibu Rosmalita. Penulis di anugrahi nama Rahmat Romdoni yang diberikan langsung oleh kedua orang tua tercinta.

Riwayat pendidikan yang telah penulis selesaikan, diantaranya sebagai berikut :

1. Sd N 02 Kasui Pasar
2. Mts N 01 Way Kanan
3. Sma N 01 Bukit Suling
4. Dan pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan s1 di perguruan tinggi UIN Raden Intan Lampung dengan mengambil jurusan Ekonomi Syari'ah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.



Bandar Lampung, Mei 2022
Yang membuat

Rahmat Romdoni
NPM. 1551010268

KATA PENGANTAR

Assalamu"alaikum Wr, Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "***Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Cepat Saji BFC Di Sukarame Menurut Perspektif Ekonomi Islam***" dapat diselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi besar Muhammad SAW, para sahabat, dan para pengikut-pengikutnya.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung. Penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, kerjasama, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan mahasiswa.
2. Erike Anggraeni, D.B.A selaku Ketua Jurusan dan Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy selaku sekretaris Jurusan Perbankan Syariah yang senantiasa sabar memberikan arahan serta motivasi kepada mahasiswa.
3. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A. selaku pembimbing I dan Bapak Dimas Pratomo, M.E. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta waktu luang untuk penulis guna menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan mendidik penulis selama masa perkuliahan.
5. Kepala beserta seluruh staf karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, perpustakaan pusat dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bantuan dan menyediakan buku referensi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Teruntuk Almamater UIN Raden Intan Lampung dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang kucintai dan sangat kubanggakan.
7. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang hingga ke tahap ini, terimakasih telah menjadi pribadi yang terus berusaha untuk lebih baik, terimakasih untuk selalu percaya semua akan baik-baik saja, kepada dirisendiri, maaf karena selalu memaksa untuk tetap tidak menyerah meskipun saya juga tau kamu lelah.
8. Teruntuk partner terbaik Restasari yang selalu menemani dan memberikan semangat motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman tercinta ogi santoso, julika rahma Erwin saefulloh, eko prasetyo, Achmad Nur sidik, aprilia suhartini, ronia eka wulandari, Ririn hernawati, Nashifatul aminah serta keluarga Ekonomi Syariah G angkatan 2015 yang senantiasa memberikan motivasi dan suasana hangat penuh canda dan tawa serta senantiasa kebersamai dalam setiap langkah perjuangan.
10. Seluruh keluarga besar Psht Menggala yang senantiasa memberikan dukungan penuh kepada penulis.

Semoga segala kebaikan yang diberikan oleh berbagai pihak kepada penulis dapat dilipat gandakan dengan kebaikan oleh Allah SWT, dan demi kemajuan penelitian diharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penulis, karena penulisan skripsi ini jauh dari kata ketidaksempurnaan dan masih ada kekurangan. Dengan demikian, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk para pembaca pada umumnya dan untuk penelitian selanjutnya. Aamiin ya robbal ,alamin.

Bandar lampung, Mei 2022

Rahmat Romdoni
NPM. 1551010268

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10
F. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	11
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN	
HIPOTESIS	17
A. <i>Grand Theory</i>	17
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
1. Produk	18
2. <i>Price</i> (Harga)	20
3. <i>Place</i> (Tempat)	20
4. <i>Promotion</i> (Promosi)	21
C. Labelisasi Halal	22

D. Faktor Yang Mempengaruhi Labelisasi Halal	25
E. Harga	27
1. Pengertian Harga	27
2. Tujuan Penetapan Harga	28
3. Metode Penetapan Harga	30
4. Strategi Penetapan Harga	32
F. Penetapan Harga Dalam Islam	34
G. Keputusan Pembelian	37
1. Konsep Keputusan Pembelian	37
2. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan	38
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	39
4. Jenis-Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian	41
5. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam	42
H. Kerangka Pemikiran	43
I. Pengajuan Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Jenis dan Sifat Penelitian	49
B. Sumber Data	49
C. Populasi, Sampel dan Pengumpulan Data	50
1. Populasi	50
2. Sampel	51
3. Pengumpulan Data	52
D. Definisi Operasional Variabel	53
E. Instrumen Penelitian	55
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	56
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data	56
2. Uji Asumsi Klasik	58
3. Uji Hipotesis	61
4. Regresi Linear Berganda	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Deskripsi Objek Penelitian	63
B. Hasil Wawancara	66
C. Hasil Uji Data	68

1. Deskripsi Statistik	68
2. Uji Validitas	73
3. Uji Reliabilitas	77
4. Uji Regresi Linear Berganda	78
5. Uji Asumsi Klasik	80
6. Uji Hipotesis	83
D. Analisis dan Pembahasan	86
1. Analisis Secara Parsial Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji BFC di Sukarame ..	86
2. Analisis Secara Simultan Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji BFC di Sukarame	88
3. Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji BFC di Sukarame Menurut Perspektif Ekonomi Islam	89
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	93
A. Kesimpulan	93
B. Rekomendasi	94
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Usia	59
4.2 Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Jenis Kelamin ...	60
4.3 Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan .	61
4.4 Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
4.5 Distribusi Jawaban Variabel Labelisasi Halal (X1)	64
4.6 Distribusi Jawaban Variabel Harga (X2)	66
4.7 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
4.8 Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal dan Harga	68
4.9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	70
4.10 Uji Reliabilitas	72
4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
4.12 Hasil Uji Normalitas	74
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	75
4.14 Hasil uji autokorelasi	76
4.15 Hasil Uji Parsial (t)	77
4.16 Hasil Uji Parsial (t)	78
4.17 Hasil Uji Statistik F	78
4.18 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (r)	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Grafik Labelisasi Halal Terhadap Jumlah Unit Kerja Makanan Cepat Saji	6
2.1 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian	40



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami judul penelitian ini serta untuk menghindari adanya interpretasi lain yang dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam memahaminya, maka perlu untuk ditegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul. Judul skripsi ini “**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKANAN CEPAT SAJI BFC DI SUKARAME MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**”. Untuk itu perlu diuraikan secara singkat kata-kata istilah yang terdapat dalam skripsi ini, yaitu:

1. **Pengaruh** adalah keadaan ada hubungan timbal balik, atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang di pengaruhi. Dua hal ini adalah yang akan dihubungkan dan dicari apa ada hal yang menghubungkan.¹
2. **Labelisasi Halal** adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal.²
3. **Harga** adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.³

¹ Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2007), h. 78

² Rif'atul Faridah dikutip oleh Yan Berlin Angga Wijaya, *Labelisasi Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aspek Religiusitas Sebagai Variabel Intervening*, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018), h. 13

³ Tim. Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008), h. 450

4. **Keputusan Pembelian** adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.⁴
5. **Makanan Cepat Saji** adalah makanan yang dihidangkan dan dilayankan dengan waktu yang cepat. Dengan kata lain makanan cepat saji merupakan makanan yang disiapkan dengan segera.⁵
6. **Perspektif** adalah adalah kerangka konseptual, perangkat asumsi, perangkat nilai dan perangkat gagasan yang mempengaruhi persepsi seseorang sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi tindakan dalam situasi tertentu sudut pandang dalam memilih suatu opini.⁶
7. **Ekonomi Islam** adalah bidang ilmu ekonomi yang syarat akan prinsip-prinsip ke Islaman yang bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah yang menjadi dasar dari pandangan hidup Islam, yang memuat akan prinsip keadilan, pertanggungjawaban, dan juga takaful (jaminan sosial).⁷

Berdasarkan uraian di atas dapat diperjelas bahwa yang dimaksud dengan judul skripsi ini suatu penelitian untuk menganalisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Cepat Saji Di Sukarame Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

B. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman, maka semakin berkembang pula produksi yang dihasilkan untuk menunjang kebutuhan. Produksi yang dihasilkan bisa berupa produksi pangan, sandang ataupun papan. Kebutuhan pangan merupakan salah satu yang

⁴ Kotler dan Amstronng dikutip oleh Desi Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata, *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya*, (Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 1.2. 2013), h. 554

⁵ *Id.m.wikipedia.org*

⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ke Empat*, (Jakarta: Gramedia, 2011), h. 162

⁷ Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 62-63

perkembangannya paling pesat diantara lainnya. Dan semakin pesatnya perkembangan media saat ini, arus informasi yang diperoleh konsumen akan semakin banyak dan dapat pula mempengaruhi pola konsumsi konsumen.⁸ Dalam perkembangan yang terjadi, perindustrian di Indonesia juga harus mampu menjawab semua tantangan dalam menjangkau perubahan yang terjadi disekitarnya. Hal ini berlaku untuk seluruh sub sektor industri termasuk industri makanan yang ada di Indonesia itu sendiri. Industri makanan merupakan salah satu industri yang berkembang pesat diseluruh dunia termasuk Indonesia. Berbagai jenis makanan dengan tampilan menarik terus diproduksi untuk meningkatkan nilai estetika dan daya tarik konsumen agar mendapatkan margin keuntungan yang tinggi dalam pemasarannya.⁹

Produk makanan di Indonesia sangat bervariasi. Dengan pangsa pasar yang banyak perusahaan membuat produk yang sangat bervariasi terutama untuk ekonomi kalangan menengah kebawah. Karena mayoritas masyarakat Indonesia berekonomi menengah ke bawah. Seiring dengan pesatnya perkembangan media saat ini, arus informasi yang diperoleh konsumen akan semakin banyak dan dapat pula mempengaruhi pola konsumsi konsumen. Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada konsumen produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara Syariah sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi oleh konsumen. Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada produknya, dianggap belum mendapatkan persetujuan oleh lembaga yang berwenang (LPPOM-

⁸ Tengku Putri, *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 5, No. 1 Mei 2016, h. 430

⁹ Virna Pahlevi, Nunung Nurhayati, Elly Halimatusadiah, *Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akutansi*, Jurnal Prosiding Akutansi, Vol. 3, No. 2, 2017, h. 526

MUI) untuk diklasifikasikan dalam produk yang halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya.¹⁰

Lembaga ini merupakan Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini bertugas untuk mengawasi produk yang beredar dimasyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal pada produk-produk yang telah terdaftar. Artinya produk-produk tersebut diproses terlebih dahulu setelah kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh agama, maka produk tersebut telah menjadi kategori produk halal yang dapat di konsumsi oleh konsumen.¹¹

Sertifikasi halal dan labelisasi halal merupakan dua kegiatan yang berbeda tetapi mempunyai keterkaitan satu sama lain. Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu barang yang diproduksi oleh suatu perusahaan telah memenuhi ketentuan halal. Sedangkan labelisasi halal memiliki definisi pencantuman tulisan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.¹² Sertifikat produk halal adalah surat keputusan fatwa halal yang dikeluarkan Dewan Pimpinan MUI dalam bentuk sertifikat. Sertifikat produk halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Ini artinya sebelum pengusaha memperoleh ijin untuk mencantumkan label halal atas produk pangannya, terlebih dahulu ia mengantongi sertifikat produk halal yang diperoleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI. Konsep kehalalan di kehidupan masyarakat Indonesia sudah diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat. Halal diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut Syariat Islam. Lawan halal adalah haram yaitu

¹⁰ Tengku Putri Lindung Bulan, *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*, JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, Vol.5, No.1, Mei 2016, h.

¹¹ Ibid

¹² Fitria Vega Sylvania Mujiono, *Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan dan Harga Produk Terhadap Preferensi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor*, Jurnal Ilmiah (Universitas Brawijaya), h.7

tidak dibenarkan atau dilarang menurut ajaran Islam. Allah telah menegaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168:¹³

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

“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”.

(Al-Baqarah: 168)

Berdasarkan penjelasan ayat di atas dapat dipahami bahwa Allah hanya memerintahkan umat manusia hanya mengonsumsi makanan yang halal saja. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat Islam. Konsumen Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal daripada produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang. Dalam jual beli, adanya label halal juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk memilih makanan yang ditawarkan oleh produsen. Pertumbuhan yang pesat pada konsumen muslim kelas menengah mengakibatkan berubahnya persaingan industri di Indonesia, kesadaran akan keuntungan halal bagi konsumen muslim menjadikan produsen berbondong-bondong untuk menyematkan label halal pada produknya.

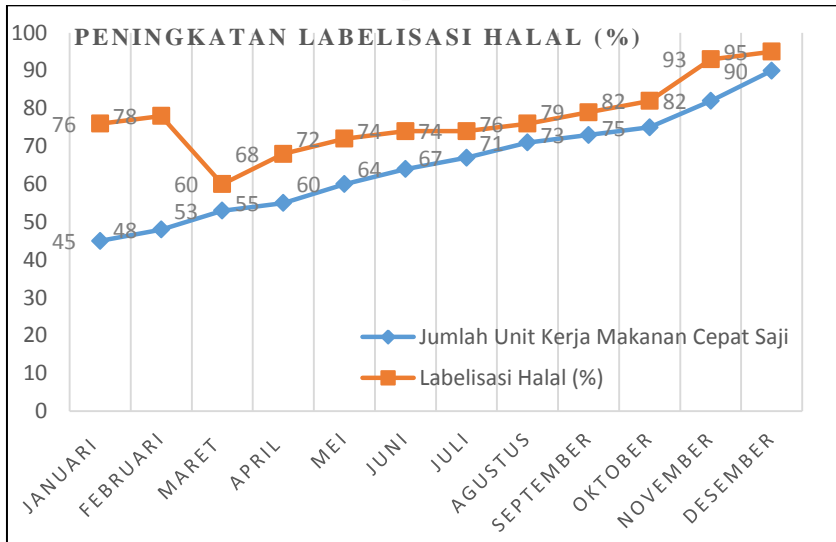
Industri makanan cepat saji dengan bahan dasar ayam yaitu BFC (*Best Fried Chicken*) sudah banyak dijual dimana-mana salah satunya di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung. Di Sukarame sendiri sudah ada 7 mitra BFC, yang berarti dimana makanan cepat saji ini diminati oleh masyarakat. Namun dengan seiring perkembangan, saat ini telah banyak yang membuka usaha yang serupa yaitu Sabana *Fried Chicken* dan Master. Salah satu bisnis atau usaha yang merasakan ketatnya persaingan yang terjadi saat ini adalah bisnis Sabana dan Master. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan semakin banyaknya Sabana dan

¹³ Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168

Master yang bermunculan di Kecamatan Sukarame. Demikian juga halnya pada mitra BFC yang ada di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung, dimana sebagai salah satu mitra tempat makan yang banyak diminati para pelaku usaha untuk memproduksi olahan makanan yang memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibandingkan pesaing yang ada.

Produk pangan merupakan kebutuhan primer untuk manusia. Dikarenakan umat muslim yang terus berkembang maka permintaan produk pangan yang sudah terjamin kehalalannya akan meningkat. Dan labelisasi halal termasuk faktor utama sebagai pendorong untuk orang yakin bahwa suatu produk pangan tersebut sudah halal. Karena suatu produk pangan yang sudah mempunyai labelisasi halal akan memberi ketenangan kepada konsumen untuk mengkonsumsi produk pangan tersebut. Terdapat pula keuntungan untuk produsen yang dimana akan menjadikan produk pangannya setingkat lebih unggul dibandingkan produk yang tidak ada label halalnya karena produk yang sudah memiliki label halal dapat dikonsumsi oleh seluruh kalangan, baik itu muslim maupun non muslim walaupun produsen yang menjual produk pangan tersebut belum tentu muslim.

Gambar 1.1 Grafik Labelisasi Halal Terhadap Jumlah Unit Kerja Makanan Cepat Saji



Sumber: Data statistik peningkatan labelisasi halal terhadap jumlah unit kerja di Kota Bandar Lampung, editing peneliti, excel 2013, Juli, 2022.

Berdasarkan grafik di atas dapat disimpulkan bahwa, dalam kurun waktu satu tahun dan dalam rentang waktu per bulan jumlah unit kerja di Kota Bandar Lampung mengalami peningkatan yang cukup signifikan khususnya unit kerja makanan cepat saji. Penambahan unit kerja di Kota Bandar Lampung yang sangat pesat seiring dengan peningkatan persentase labelisasi halal pada suatu produk makanan tersebut. Peningkatan labelisasi halal pada suatu makanan dapat diketahui dengan banyaknya jumlah peminat makanan cepat saji yang sudah terstandarisasi demi meminimalisir pembelian produk non halal. Salah satu produk makanan cepat saji yang sudah terstandarisasi halal adalah BFC, Sukarame, Bandar Lampung.

Selain label halal, persoalan konsumen dalam memilih produk adalah harga itu sendiri. Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar

konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat jadi tolak ukur akan permintaan suatu produk.¹⁴

Penetapan harga terhadap suatu produk pangan sangatlah penting. Tentunya perbedaan harga antara BFC, Sabana dan Master sangatlah tipis bahkan ada beberapa produk yang harganya sama. Inilah yang membuat persaingan ketat pada makanan cepat saji ini. Disaat ketiga produk tersebut sama-sama telah memiliki label halal, maka harga lah yang akan menentukan minat dari konsumen untuk memilih produk yang manakah yang dapat mencapai kepuasan pelanggan itu tadi. Karena kepuasan pelanggan akan tercapai jika biaya yang dikeluarkan sebanding dengan kualitas yang didapat.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang.

Tabel 1.1 Daftar Usaha Pesaing BFC di Sukarame Bandar Lampung Tahun 2022

No	Nama Usaha	Harga	Alamat
1	BFC	Rp. 12.000,-	Jl. Pulau Legundi
2	Sabana	Rp. 14.000,-	Jl. Endro Suratmin
3	Master	Rp. 13.000,-	Jl. Endro Suratmin
4	Master	Rp. 13.000,-	Jl. Pulau Sebesi
5	Sabana	Rp. 14.000,-	Jl. Pulau Singkep
6	Sabana	Rp. 14.000,-	Jl. Ryacudu, Way Dadi
7	Master	Rp. 13.000,-	Jl. Karimun Jawa

¹⁴ Tri Widodo, *Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie*, diakses pada 29 Maret 2017

8	Sabana	Rp. 14.000,-	Jl. Pulau Tegal, Way Dadi
9	Master	Rp. 13.000,-	Jl. Ryacudu, Way Dadi

Sumber: Monografi, Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Berdasarkan tabel 1.1 di atas terdapat penjelasan yang cukup terlihat jelas bahwa tingkat persaingan usaha BFC di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung cukup tinggi. BFC yang ada di Kecamatan Sukarame memiliki daya tarik tersendiri sehingga dapat memiliki banyak peminat seperti harga yang sangat murah dibandingkan dengan harga produk lainnya, tampilan produk yang sangat menarik, memiliki labelisasi halal yang sudah terdaftar, dan juga lokasi yang sangat strategis di lingkungan mahasiswa dan remaja khususnya masyarakat muslim di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung. Faktor-faktor tersebut yang sejalan dengan meningkatnya minat pembelian pada konsumen yang ada di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung. Selain itu, alasan peneliti memilih tempat BFC Sukarame, Bandar Lampung adalah lokasi yang tidak jauh dengan tempat tinggal peneliti membuat peneliti dengan mudah mendapatkan informasi secara langsung dan observasi dengan konsumen terkait pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pernyataan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Cepat Saji BFC Di Sukarame Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka secara khusus pembahasan peneliti yang menjadi pokok permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji BFC dilihat secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji BFC dilihat secara simultan?

3. Bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji BFC?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji BFC di lihat secara parsial.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji BFC di lihat secara simultan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji BFC.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam ilmu pengetahuan bagi akademik, dan memberikan sumbangsiah pengetahuan terhadap pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian dalam perspektif ekonomi Islam, seta dapat digunakan ebagai literatur pada Jurusan Ekonomi Syari'ah di UIN Raden Intan Lampung.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan makanan cepat saji BFC: Untuk dapat memberikan informasi tentang pentingnya labelisasi dan harga dalam menentukan keputusan pembelian di tiap mitra BFC.
- b. Bagi peneliti: Sebagai sarana untuk memperluas pengetahuan dan mengembangkan kemampuan kreativitas dalam memecahkan masalah ilmiah, serta dapat membandingkan teori yang telah dipelajari dalam perkuliahan dengan

penelitian langsung dan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana di Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Intan Negeri Radein Intan Lampung.

F. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut penulis melakukan penelaahan karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti terkait pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Tujuan adanya kajian ini adalah untuk menghindari adanya pembahasan yang sama dengan penelitian yang lain. Untuk itu penulis menjelaskan topik pertumbuhan diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan oleh Nela Evelina (2013), dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexy (Study Kasus Pada Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)”. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dan SPSS 16.0, hasil hipotesis menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan Pembelian.¹⁵

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel X yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan citra merek, kualitas produk, dan promosi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan labelisasi halal dan harga sebagai variabel X. Kemudian perbedaan juga terdapat pada objek penelitian yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian keputusan pembelian kartu perdana telkomflexy, sedangkan pada penelitian ini menggunakan keputusan pembelian makanan cepat saji BFC.

¹⁵ Nela Evelina, Handoyo DW, and Sari Listyorini, „Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen TelkomFlexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)”, (Diponegoro Journal of Social and Politic, c, 2012).h. 8.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Penelitian ini dilakukan oleh Niki Purwosembodo (2014), dengan judul “Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim Magnum Wall’s”. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁶

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel X yaitu pada penelitian sebelumnya hanya menggunakan promosi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan labelisasi halal dan harga sebagai variabel X. Kemudian perbedaan juga terdapat pada objek penelitian yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian keputusan pembelian produk es krim magnum wall’s, sedangkan pada penelitian ini menggunakan keputusan pembelian makanan cepat saji BFC.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Tri Widodo (2015), dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie”. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian terhadap produk indomie ditunjukkan dengan tingkat signifikan $0.001 < 0.05$. Hasil penelitian uji t menunjukkan harga produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk, ditunjukkan dengan tingkat signifikan $0.004 < 0.05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk indomie. Pengaruh label halal dan harga dengan keputusan membeli produk indomie melalui uji koefisien (Adjusted R²) dengan nilai sebesar 0.318 atau 31.8%. Oleh karena itu, dapat

¹⁶ Niki Purwosembodo “Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim Magnum Wall’s”, (Skripsi Program Strata 1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Jawa Timur : 2014),h. 80.

disimpulkan bahwa labelisasi halal dan harga adalah faktor yang paling penting yang mempengaruhi pembelian konsumen keputusan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitian yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian keputusan pembelian produk indomie, sedangkan pada penelitian ini menggunakan keputusan pembelian makanan cepat saji BFC.

4. Penelitian ini dilakukan oleh Faradillah Lubis (2017), dengan judul “Pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian mie samyang pada masyarakat kota Palembang”. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk mie samyang ditunjukkan dengan perhitungan uji secara parsial diperoleh t hitung 3,329 dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie samyang. Pengaruh labelisasi halal dan harga dengan keputusan pembelian produk mie samyang melalui uji koefisien (Adjust R²) dengan nilai sebesar 0,255 atau 25,5 %. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal dan harga adalah faktor yang paling penting yang mempengaruhi keputusan pembelian.¹⁷

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitian yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian keputusan pembelian mie samyang, sedangkan pada penelitian ini menggunakan keputusan pembelian makanan cepat saji BFC.

¹⁷ Faradillah Lubis, *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Kota Palembang*, (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017).h. 95.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Alfian (2017), yang menganalisis “Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan”. Hasil analisis regresi pengaruh langsung variabel label halal, brand/citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Kota Medan (Studi di Kecamatan Medan Petisah) menunjukkan bahwa sekitar 65,1% variabel label halal, brand dan harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim di Kota Medan, sedangkan 34,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel X yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan label halal, brand dan harga, sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan labelisasi halal dan harga sebagai variabel X. Kemudian perbedaan juga terdapat pada objek penelitian yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian keputusan pembelian konsumen muslim, sedangkan pada penelitian ini menggunakan keputusan pembelian makanan cepat saji BFC.

G. Sistematika Penulisan

Bagian dari penelitian ini terdiri dari lima bab untuk memudahkan pembahasan dengan penjelasan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang grand theory, variabel Y, variabel X, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan bangunan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi tentang sumber data, metode pengumpulan data,

populasi dan sampel, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang penjabaran tentang pengujian data, analisis data, hasil data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan, keterbatasan peneliti dan rekomendasi penelitian yang dapat dijadikan masukan untuk peneliti.

DAFTAR RUJUKAN LAMPIRAN





BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan mengenai “Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Cepat Saji Di Sukarame Menurut Perspektif Ekonomi Islam” yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji statistik secara parsial menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif antara variabel labelisasi halal (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien regresi tertinggi terletak pada variabel kualitas pelayanan dengan nilai 2.840 dan nilai koefisien regresi terendah terdapat pada variabel persepsi harga yaitu 1.987.
2. Berdasarkan hasil uji analisis, penelitian ini juga diuji dengan menggunakan uji simultan (F) ini untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal (X_1) dan harga (X_2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil uji Simultan menunjukkan bahwa nilai F -hitung sebesar 14.105 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai $r = 0.682$. Jadi, $0 < 0.682 < 1$ dan sehingga dapat dinyatakan bahwa 68.2% keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel labelisasi halal (X_1) dan harga (X_2), sedangkan sisanya sebesar 31.8% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil tersebut menyatakan bahwa antara variabel labelisasi halal (X_1) dan harga (X_2) memiliki hubungan signifikan dengan arah positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Islam adalah agama yang komprehensif yang mencakup semua aspek kehidupan, mengatur semua perilaku manusia. Bahkan tidak ada satupun sistem sosial tradisional dan modern yang telah menetapkan standar moral bagi manusia dan mengatur semua aspek kehidupan manusia sampai persoalan detail selain islam, termasuk dalam hal ini konsumsi. Bahkan konsumsi merupakan seruan perannya sebagai khalifah di bumi, sehingga segala sesuatu yang dilakukan manusia di dunia ini tidak terlepas dari ajaran Islam. Seperti halnya konsumsi, manusia

harus mengikuti ajaran Islam. Untuk para pemeluk agama Islam yang taat, pilihan produk makanan yang mereka pilih adalah makanan halal yang diwakili dengan label halal. Dengan demikian, produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan lembaga berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan ke dalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. Berdasarkan penjelasan tentang ayat di atas bahwa, makanan cepat saji yang dikeluarkan oleh BFC yang ada di Sukarame sudah menjalankan ajaran dan amanah orang Islam dengan memasarkan makanan yang halal sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Oleh karena itu, labelisasi halal juga sangat dianjurkan bagi produk dan merk lain agar tingkat kehalalan dalam produksi makanan dapat ditingkatkan sebagaimana mestinya.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bagi Pemilik gerai makanan cepat saji karena besarnya pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian masyarakat maka diharapkan kepada produsen makanan cepat saji chicken yang belum memiliki label halal untuk dapat segera mendaftarkan produknya ke LPPOM-MUI agar mendapat sertifikat halal.
- b. Bagi Akademik, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebuah bahan referensi untuk menambah wawasan dan dijadikan bahan mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen bisnis sehingga kedepannya dapat melahirkan pengusaha muslim baru yang lebih kreatif dan inovatif di Kecamatan Sukarame maupun daerah lainnya.
- c. Bagi Penelitian yang akan datang, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan agar bisa lebih mendalam dan meluas mengenai pengaruh label halal dan harga yang memengaruhi keputusan pembelian masyarakat muslim.

Dan menambah variabel-variabel lain yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian.

- d. Bagi pemerintah diharapkan lebih selektif dalam memberikan sertifikat halal pada produk-produk yang diciptakan, terutama produk pangan karna masyarakat Indonesia merupakan mayoritas yang beragama muslim.





DAFTAR RUJUKAN

Buku

Adiwarman A Karim, “*Mikro Islam*”, Edisi Ketiga, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011

Anto Apriyanto, “*Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*”, Jakarta: Khairul Bayan, 2003

Arikunto, Suharsimi, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*”, Jakarta: Rineka Cipta, 2006

Assauri, Sofyan, “*Manajemen Pemasaran*”, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007

Boedi Abdullah, “*Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*”, Bandung: Pustaka Setia, 2010

Buchari Alma, “*Pengantar Bisnis*”, Bandung: Alfabeta, 2002

Burhanuddin, “*Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal*”, Jakarta : 2011

Danang Sunyoto, “*Dasar-dasar manajemen pemasaran*”, Yogyakarta, CAPS, 2013

Danang Sunyoto, “*Ekonomi Manajerial*”, Yogyakarta: CAPS, 2013

Departemen Pendidikan Nasional, “*Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ke Empat*”, Jakarta: Gramedia, 2011

Departemen Pendidikan, “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*”, Jakarta: Gramedia, 2007

Farid Wajdi, “*Jamninan Produk Halal di Indonesia Urgensi Sertifikasi dan Labelisasi Halal*”, Depok: Rajawali Pers, 2019

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, *“Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen”*, Yogyakarta: BPFE UGM, 1999

Indriyo Gitosudarmo, *“Manajemen Pemasaran”*, Yogyakarta: BPFE, 2000

Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty, *“Kewirausahaan”*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, Cet 2, 2001

Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *“Panduan Moderen Penelitian Kuantitatif”*, Bandung: Alfabeth

Marius P. Angipora, *“Dasar-dasar Pemasaran”*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, Cet 2, 2002

Moh. Prabundu Tika, *“Metodelogi Riset Bisnis”*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006

Muhammad, Teguh, *“Metodologi Penulisan Ekonomi teori dan Aplikasi”*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005

Nugroho J. Setiadi, *“Perilaku Konsumen Konsep dan Aplikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran”*, Jakarta: Prenada Media, 2003

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 1 ayat (5)

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 1 ayat 3

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 69 Tahun 1999, Tentang Label dan Iklan Pangan

Philip Kotler dan Gary Armstrong, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*", Jilid I, Edisi Ke Dua Belas, Jakarta: Erlangga, 2008

Philip Kotler, *et. al*, "*Manajemen Pemasaran : Sudut Pandang Asia*", Jakarta: PT Indeks, 2005

Ruslan Abdul Ghofur Noor, "*Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi di Indonesia*", Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013

Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, "*Salesmanship (Kepenjualan)*", Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016

Sugiyono, "*Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*", Bandung : Alfabeta, 2015

Tim. Reality, "*Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*", Jakarta: PT. Reality Publisher 2008

Tjiptono, Fandy, "*Strategi Pemasaran, Edisi 2*", Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997

Yusuf Qardhawi, "*Halal dan Haram dalam Islam*", Surakarta: Era Intermedia, 2007

Yusuf Qardhawi, "*Norma dan Etika Bisnis Islam*", Alih Bahasa Zainal Arifin Jakarta:Gema Insani,2000

Jurnal

Aziza Hanifa, dkk, *Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 4, No. 8, 2020

Faradillah Lubis, "*Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Kota Palembang*", Palembang: UIN Raden Fatah, 2017

Fitria Vega Sylvania Mujiono, *“Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan dan Harga Produk Terhadap Preferensi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor”*, Jurnal Ilmiah (Universitas Brawijaya)

Ghina Kamilah, *Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 6, No. 2, Februari 2017

Nela Evelina, Handoyo DW, and Sari Listyorini, *“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen TelkomFlexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)”*, Diponegoro Journal of Social and Politic, c, 2012

Niki Purwosembodo *“Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim Magnum Wall's”*, Skripsi Program Strata 1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Jawa Timur : 2014

Nurlaili, Evi Ekawati, Any Eliza, *“Program Sosialisasi Label Halal/Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Siap Saji”*, Lampung: LP2M Raden Intan Lampung, 2014

Panji Adam Agus Putra, *“Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam”*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol.1 No. 1, Januari 2017

Philip Kotler dan Armstrong dikutip oleh Desi Purwanti Atmaja, Martinus Febrian Adiwinata, *“Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya”*, Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 1.2. 2013

Rif'atul Faridah dikutip oleh Yan Berlin Angga Wijaya, "*Labelisasi Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aspek Religiusitas Sebagai Variabel Intervening*", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta), 2018

Supriadi Muslimin, Zainab, Wardah Jafar, *Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam*, Vol. 2, No. 1, Januari 2020

Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst, "*Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*", Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.6, No.1, Mei 2017

Telisiah Utami Putri, "*Halal Logo, Beauty Blogger & Halal Marketing Package : Which One is the Most Influencing Factors that Lead into Purchase Decision on Halal Cosmetic*", (International Journal of Engineering & Technology, 7 (3.30), 2018

Tengku Putri Lindung Bulan, "*Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*", JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, Vol.5, No.1, Mei 2016,

Totok Subianto, *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Ekonomi Modernisasi, Vol. 3, No. 3, 2007

Tri Widodo, "*Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie*", diakses pada 29 Maret 2017

Virna Pahlevi, Nunung Nurhayati, Elly Halimatusadiah, "*Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akutansi*", Jurnal Prosiding Akutansi, Vol. 3, No. 2, 2017