

PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINERAL DI LAMPUNG TIMUR

Eka Pariyanti, Sri Rahayu , Ita Maryana
STIE Lampung Timur

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of halal labels on purchasing decisions of mineral water products in East Lampung. The population in the study is an infinite population, while the sample is determined by Cluster Sampling, and Purposive Judgment with certain criteria. The sample of this study was consumers of mineral water in the Sekampung Udik District of Lampung, totaling 100 people. Data collection techniques in this study are questionnaire techniques, and documentation. Data analysis techniques using simple linear regression analysis. The results showed that halal labels had an effect on purchasing decisions. R Square value or coefficient of determination is 86.4%, indicating that halal labels have a very important role for consumers in determining purchasing decisions. The results of this study also support the findings of previous studies that examined the same thing. This study is complemented by suggestions for managerial and future research advice.

Keywords: halal label, purchase decisions, simple linear regression

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk air mineral di Lampung Timur. Populasi dalam penelitian adalah populasi tak terhingga, sedangkan sampel ditentukan dengan Cluster Sampling, dan Purposive Judgment dengan kriteria-kriteria tertentu. Sampel penelitian ini adalah konsumen air mineral di Kecamatan Sekampung Udik Lampung, yang berjumlah 100 orang. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik angket, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh pada keputusan pembelian. Nilai R Square atau koefisien determinasi sebesar 86,4%, menunjukkan bahwa label halal memiliki peran sangat penting bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga mendukung temuan penelitian terdahulu yang mengkaji hal yang sama. Penelitian ini dilengkapi dengan saran bagi perusahaan atau manajerial dan saran penelitian di masa depan.

Kata Kunci: label halal, keputusan pembelian, regresi linear sederhana

PENDAHULUAN

Penduduk Indonesia mayoritas adalah muslim. Penduduk yang beragama Islam atau muslim dewasa ini sangat memperhatikan status kehalalan suatu produk baik jasa maupun barang. Hal tersebut disebabkan oleh meningkatnya pemahaman agama umat Islam yang semakin baik, sehingga mereka semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi (Rangluti, 2010). Fenomena tersebut berdampak sangat nyata bagi pertumbuhan dan perkembangan bisnis syariah yang semakin meningkat dari waktu ke waktu. Produsen barang maupun jasa dengan segera menangkap peluang ini, dengan cara membuat produk yang memenuhi standar syariah, seperti terdapat label halal pada kemasan produk yang diperoleh dari lembaga Majelis Ulama Indonesia (MUI). Label halal menurut LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia) adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat islam. Produk

yang telah memiliki label halal menunjukkan bahwa produk tersebut telah lulus periksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam baik secara proses maupun bahan yang digunakan. Fokus utama konsumen muslim adalah pada produk makanan maupun minuman, karena kedua produk tersebut merupakan produk konsumsi yang bisa langsung dirasakan oleh konsumen.

Persaingan dalam bisnis air mineral dewasa ini juga semakin meningkat. Hal tersebut dapat dilihat meningkatnya jumlah merek air mineral dalam kemasan yang beredar di Lampung Timur, baik merek nasional maupun merek lokal. Untuk dapat bersaing dan memenangkan persaingan tersebut maka perusahaan air mineral harus memiliki strategi yang tepat. Salah satu strategi yang harus dilakukan adalah mencantumkan label halal bagi produknya. Rangluti (2010) berpendapat bahwa keputusan masyarakat dalam memilih suatu produk ditentukan oleh adanya label halal pada produk tersebut. Pembelian konsumen memiliki peran penting bagi kegiatan pemasaran dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, karena dapat memberikan manfaat kepada perusahaan yaitu laba. Oleh karena itu perusahaan air mineral harus berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat tersebut yaitu mencantumkan label halal yang resmi pada kemasan produknya. Karena Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal pada keputusan pembelian produk air mineral di Kecamatan Sekampung Udik Lampung Timur.

PENELITIAN TERDAHULU DAN HIPOTESIS

Rangluti (2010) melakukan penelitian tentang pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang beragama Islam. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di tempat penelitian dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang tersebut cocok sebagai data (Ginting dan Situmorang, 2008:141). Jumlah sampel penelitian sebanyak 196 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis menggunakan Regresi Linear Sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Sari, D. K. & Sudardjat, I., (2013) berpendapat bahwa labelisasi halal memiliki peran sangat besar terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan. Hal tersebut berdasarkan studi dilakukan pada mahasiswa kedokteran universitas sumatera utara sebagai populasinya. Sedangkan jumlah sampel adalah sebanyak 103 mahasiswa. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan data yang terkumpul diolah menggunakan alat analisis korelasi spearman rank (*Spearman Rank Correlation*) dengan menggunakan SPSS 17. Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian mahasiswa kedokteran Universitas Sumatera Utara.

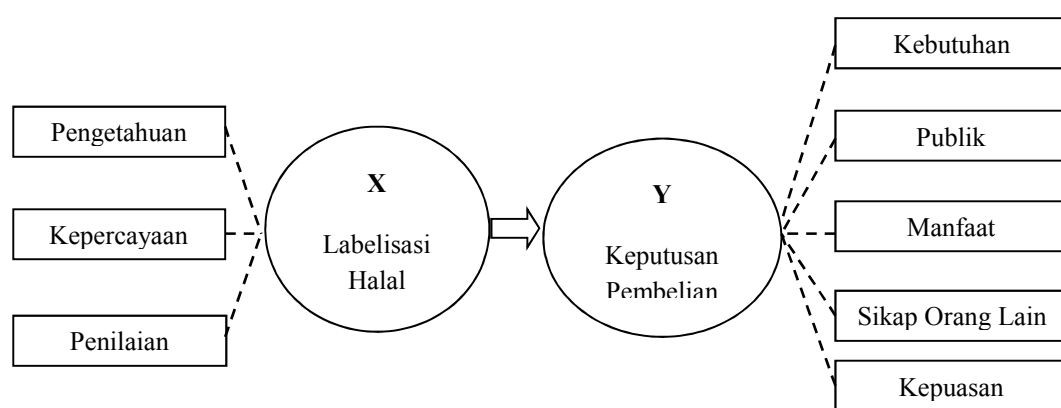
Dewi, C. K. (2011) menyatakan bahwa labelisasi halal berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen pada restoran Solaria Bandar Lampung. Populasi dari penelitian tersebut adalah konsumen yang telah membeli makanan di restoran Solaria Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu suatu metode pengambilan sampel yang tergolong dalam sampel nonprobabilitas dimana pemilihannya dilakukan berdasarkan kriteria tertentu (Sugiono, 2001). Pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden. Data dianalisis menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut berarti bahwa label halal

memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Restoran Solaria.

Widodo, T. (2016) menyatakan bahwa labelisasi halal merupakan faktor penting dalam upaya mempengaruhi keputusan konsumen. Hal tersebut berdasarkan studi yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan sample random. Sample random yaitu mencampur subjek-subjek di dalam populasi, sehingga semua subjek dianggap sama (Sugiyono, 2008). Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Data dianalisis menggunakan analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh pada keputusan pembelian mie instan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan tersebut, diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut.

H1 : Label halal berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen



Mahwiyah (2010)

Kotler dan Keller (2008)

Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

1. Populasi dan sampel penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen air mineral yang tersebar di Kecamatan Sekampung Udik, Kabupaten Lampung Timur, Propinsi Lampung. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil secara *Cluster Sampling* yaitu teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sample bila objek yang diteliti atau sumber data yang luas, misal penduduk dari suatu negara, provinsi, atau kabupaten. Dari 15 desa di kecamatan sekampung udik dipilih dua desa saja yaitu adalah Gunung Pasir Jaya dan Pugung Raharjo. kemudian akan diambil secara acak. Selain itu juga menggunakan *Sampling Purposive Judgement*. Dengan kriteria responden adalah usia 18 tahun keatas dan berdomisili di Pugung Raharjo dan Gunung Pasir Jaya.

2. Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu label halal dan keputusan pembelian. Variabel label halal dan keputusan pembelian diukur menggunakan skala likert 5 poin; 5 sangat setuju dan 1 sangat tidak setuju.

Label Halal terdiri dari tiga indikator yaitu pengetahuan, kepercayaan dan penilaian (Mahwiyah, 2010). Label halal didefinisikan sebagai pencantuman logo halal pada kemasan suatu produk yang dipasarkan. Sedangkan definisi keputusan pembelian adalah keputusan konsumen dalam memilih suatu produk sesuai keinginan dan

kebutuhannya. Variabel keputusan pembelian terdiri dari kebutuhan, informasi public, manfaat, sikap orang lain dan kepuasan (Kotler dan Keller, 2008).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier sederhana. Regresi linier sederhana dinyatakan berdasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2009). Disamping itu analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen jika nilai variabel independen berubah. Lebih jauh, regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik turunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan atau penurunan variabel independen atau tidak.

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap variabel label halal dan keputusan pembelian. Untuk uji validitas dalam penelitian ini menggunakan Person Product Moment dan untuk uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai $> 0,3$, maka dapat dinyatakan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan adalah valid. Hasil uji validitas tersebut diringkas ke dalam tabel 1. Sedangkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach hasilnya adalah sebesar 0,899. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan penelitian reliabel. Adapun kriteria bahwa sebuah kuisioner dikatakan reliabel adalah apabila nilai uji reliabilitas lebih dari 0,6.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Nilai	Kesimpulan
Nomor 1	0,716	Valid
Nomor 2	0,820	Valid
Nomor 3	0,634	Valid
Nomor 4	0,529	Valid
Nomor 5	0,512	Valid
Nomor 6	0,894	Valid
Nomor 7	0,894	Valid
Nomor 8	0,746	Valid
Nomor 9	0,622	Valid
Nomor 10	0,657	Valid

Sumber : Data Primer diolah

Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji pengaruh label halal dan keputusan pembelian digunakan analisis Regresi Linier Sederhana. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan alat analisis Regresi Linier Sederhana dengan bantuan program SPSS. Hasil pengujian regresi linier sederhana diperoleh persamaan $Y = a + b X$ atau $Y = 0,271 + 1,007 X$. Dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 0,271, menunjukkan bahwa jika tidak ada nilai b maka nilai keputusan pembelian adalah sebesar 0,271. Sedangkan, koefisien regresi X sebesar 1,007 artinya bahwa setiap penambahan 1 nilai b maka nilai keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 1,007. Begitu pula

sebaliknya, penurunan 1 nilai b maka nilai keputusan pembelian mengalami penurunan sebesar 1,007.

Uji Statistik T bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji T diperoleh bahwa nilai t_{hitung} dari variabel konstanta adalah sebesar 24,985 lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,984467. Hasil t_{tabel} diperoleh dengan tingkat α 5% dengan $n=100$ responden. Derajat bebas diperoleh dengan cara $Df = n-k$, n adalah jumlah responden dan k adalah banyaknya variabel (bebas dan terikat). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $24,985 > 1,984467$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa Ada pengaruh antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk air mineral dikecamatan Sekampung Udik Lampung Timur. Nilai signifikansi atau α sebesar 0,05 atau 5%, dari hasil analisis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,00, menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian, atau dengan kata lain $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian, didukung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo, T. (2016), Sari, D. K. & Sudardjat, I., (2013), Dewi, C. K. (2011), dan Rangluti (2010).

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai koefisien korelasi (R) dalam penelitian ini adalah sebesar 0,930, menunjukkan bahwa kuatnya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 93%. Artinya sebesar 0,864 atau 86,4 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh label halal, sedangkan sebesar 13,6% dipengaruhi variabel lain. Oleh karena itu perusahaan dalam hal ini produsen air mineral harus dapat mencatumkan label halal pada kemasan produknya, agar keputusan pembelian konsumen dapat meningkat juga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan kesimpulan penelitian ini adalah Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk air mineral di kecamatan Sekampung Udik Lampung Timur. Hasil regresi diperoleh nilai R^2 sebesar 86,4%. Hal ini berarti sebesar 86,4% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh label halal, sedangkan sebesar 13,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Saran penelitian ini adalah produsen air mineral harus meningkatkan label halal karena label halal memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian. Saran bagi penelitian di masa depan yaitu memperluas wilayah penelitian tidak hanya konsumen di kecamatan sekampung Udik saja. Selain itu model penelitian di perluas dengan mengkaji faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen selain label halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Candra, D. K. (2014). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produk makanan Restoran Solaria di Bandar Lampung (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Kotler, Phillip. 2008. *Manajemen Pemasaran*: Jakarta. Salemba Empat

- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Marketing*: Jakarta. Salemba Empat
- Mahwiyah. 2010. *Manajemen Pemasaran buku I*: Jakarta. Salemba Empat
- Rangluti, R. (2010), Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (snack merek Chitato) pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
- Sari, D. K. & Sudardjat, I., (2013). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Ekonomi Dan Keuangan*, 1(4), 49–56.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*: Bandung. Cv Alfabeta
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).