



**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK  
MINUMAN SARI APEL DI DESA ANDONOSARI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

**ALFIYATUL FITRIYAH**

**NPM 21701083020**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**MALANG**

**2022**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk minuman sari apel di desa Andonosari. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan uji instrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis dengan uji simultan (uji F), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji parsial (uji t). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 52 responden dengan ketentuan Setiap responden merupakan konsumen dari produk minuman Sari Apel yang bertempat tinggal di wilayah Desa Andonosari dan Konsumen yang mengenal dan pernah mengkonsumsi produk minuman Sari Apel. Data yang digunakan adalah data primer yang di dapat secara langsung melalui kuisisioner konsumen pada produk minuman sari apel di desa Andonosari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada produk minuman sari apel di desa Andonosari. Hasil penelitian terhadap hipotesis, menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Label Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of partial and simultaneous halal label, product quality and price on consumer purchasing decisions on apple cider beverage products in Andonosari village. This research is a quantitative research. The method used to test the hypothesis is to use an instrument test, normality test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing with simultaneous test (F test), coefficient of determination ( $R^2$ ) and partial test (t test). The sample in this study was 52 respondents with the provisions that each respondent is a consumer of Apple Sari beverage products who reside in the Andonosari Village area and consumers who know and have consumed Apple Sari beverage products. The data used is primary data obtained directly through consumer questionnaires on apple cider beverage products in Andonosari village. The results showed that the halal label, product quality and price had an effect either partially or simultaneously on purchasing decisions on apple cider drink products in Andonosari village. The results of the research on the hypothesis, show that the halal label has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, and price has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** Halal Label, Product Quality, Price, Purchase Decision

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan wilayah yang besar, wilayah dengan kepulauan terbesar dan wilayah dengan kuantitas penduduk terbesar nomor 4 di dunia. Bangsa Indonesia juga terkenal sebagai bangsa yang Multietnik dan Multibahasa. Sebutan sebagai bangsa yang besar menuntut semua masyarakat ikut serta dalam mengelola semua sumber daya yang dimilikinya, tak terkecuali dalam bidang ekonomi.

Sejalan dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih di zaman modern ini, banyak perusahaan yang tumbuh dan berkembang pesat. Begitu juga konsumen, Konsumen tentunya semakin cerdas dan kompetitif di dalam memilih produk yang sesuai untuk dikonsumsi. Untuk memenuhi hajatnya, pada umumnya seorang konsumen akan berusaha untuk mencari informasi tentang bagaimana mengambil keputusan pembelian yang tepat.

Pengambilan keputusan pembelian konsumen menggambarkan kemampuan konsumen dalam mewujudkannya dalam bentuk sikap untuk memilih atau membeli barang berdasarkan pilihan alternatif yang ada. Keputusan Pembelian adalah tahap kombinasi yang menggabungkan pengetahuan untuk menilai beberapa perilaku alternatif, dan memilih salah satunya. Keputusan pembelian adalah proses keputusan yang dibuat oleh konsumen mengenai merek mana yang akan dibeli (Anisya, et al, 2020).

Dalam masalah yang membedakan bagian bukti dari interaksi pilihan pembelian, pembeli akan mengetahui tentang masalah kebutuhan

mereka. Pembeli yang memahami pentingnya membeli barang yang halal dan wajar pemanfaatannya menjadi lebih peka dalam memilih dan membeli barang (Rakhmawati, 2016).

Keterpengaruhannya pelanggan ini mengkoordinir para visioner bisnis di UMKM, khususnya di bidang makanan dan minuman yang mengisi sebagai pelaku bisnis makanan untuk secara konsisten mengawasi bahan mentah, zat tambahan, pembuatan dan langkah-langkah pertunjukan dengan mempertimbangkan sudut halal sesuai hukum Islam, karena pembeli memiliki perhatian yang pada umumnya akan mendorong pemilihan barang yang terjamin kehalalannya, dan salah satunya dengan fokus pada sertifikat kehalalan barang yang akan dibeli, mengingat makan makanan halal merupakan salah satu bentuk keyakinan dan telah berubah menjadi komitmen. komitmen setiap muslim.

Berdasarkan penjelasan tersebut, label halal harus digunakan di setiap produk demi kenyamanan dan keamanan produk yang dikonsumsi. Dalam hal ini institusi yang khusus bertugas mereview produk yang dikonsumsi masyarakat adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).

Institusi ini dengan cermat memonitor barang yang tersebar di rakyat dengan memberikan label halal terhadap produk yang diuji dan diperiksa. Artinya produk yang sudah melalui proses pengujian umumnya bebas dari unsur berbahaya dan aman dikonsumsi. Produk pangan yang tidak memiliki label halal pada bungkusnya dianggap masih belum disetujui oleh LPPOM-MUI, sehingga produk tersebut masih dipertanyakan status kehalalannya

dan membuat konsumen muslim enggan untuk mengambil Keputusan Pembelian terhadap produk tersebut. Tugas LPPOM MUI juga telah ditingkatkan dengan UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang merupakan salah satu alat penting dalam menjamin kepastian hukum mengenai pelaksanaan jaminan produk halal di Indonesia.

Berbicara mengenai label halal pasti tidak lepas dari keterkaitannya dengan produk UMKM, sampai tahun 2020 UMKM di Indonesia sudah mencapai 64 juta dan Jawa Timur menjadi salah satu provinsi yang ikut menyumbang angka dalam jumlah tersebut. Terbagi menjadi 29 Kabupaten dan 9 Kota, tentu saja membuat Jawa Timur memiliki peluang besar dalam memajukan UMKM di Indonesia, salah satu provinsi di Jawa Timur yang ikut bersumbangsih dalam hal itu adalah Kabupaten Pasuruan, sebuah Kabupaten yang bersebelahan dengan Kabupaten Sidoarjo dan Laut Jawa di-Utara, Kabupaten Probolingg di Barat, Kabupaten Malang di Selatan, Kota Baru di Barat Daya dan Kabupaten Mojokerto di Barat.

Kabupaten Pasuruan terkenal sebagai daerah perindustrian, pertanian dan tujuan wisata. Kabupaten dengan luas wilayah 1.474,015 km<sup>2</sup> terbagi menjadi 3 bagian yaitu daerah pegunungan dan berbukit, daerah dataran rendah, dan daerah pantai. Untuk daerah pegunungan terbentang di bagian selatan dan barat, meliputi beberapa kecamatan seperti Lumbang, Puspo, Tosari, Tuttur, Purwodadi, Prigen dan Gempol.

Andonosari atau yang mempunyai nama lain Payaman merupakan salah satu wilayah yang berada di kawasan Kecamatan Tuttur yang sebagian besar penduduknya adalah petani buah apel, dari sanalah muncul beberapa

UMKM yang membuat olahan minuman berbahan dasar buah apel, mengingat saat ini minuman Sari Apel begitu digemari oleh masyarakat, khususnya kalangan ibu-ibu. Selain karena tidak perlu menyiapkan gelas saat meminumnya, produk Sari Apel mudah didapatkan, ukurannya juga pas untuk sekali minum serta harganya yang terjangkau.

Tetapi dengan kemajuan teknologi dan desakan modernisasi, sebagian masyarakat saat ini lalai dalam merekomendasikan konsumsi produk makanan yang baik dan halal. Kuantitas barang Sari Apel yang tersedia di Desa Andonosari tidak sama dengan upaya pemberian tanda halal pada setiap barang atau tempat di Desa Andonosari, masih banyak produk yang belum diberikan sertifikasi halal oleh pemerintah setempat.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dideskripsikan bahwa penerapan label halal pada produk yang ada di Desa Andonosari masih sedikit, Sehingga menjadi salah satu usaha pemerintah daerah untuk menjadikan ini sebagai salah satu program utama dengan harapan kedepannya Desa Andonosari dapat membantu Kabupaten Pasuruan untuk diingat sebagai salah satu destinasi wisata halal di Indonesia.

Selain label halal, Kualitas Produk juga menjadi salah satu faktor konsumen dalam mengatasi Keputusan Pembelian. Hanifah & Ridwan (2020:73) “menyebutkan dalam penelitiannya bahwa salah satu peranan penting dalam sebuah Keputusan Pembelian adalah Kualitas Produk, sebab Kualitas Produk yang baik berdampak baik bagi industri. Islam mengajak agar konsumen mengkonsumsi produk yang bertaraf tinggi.”

Selain label halal dan kualitas produk, faktor lain yang mempengaruhi konsumen untuk pembelian produk adalah harga, karena faktor harga juga dapat menjadi penentu konsumen untuk memutuskan pembelian, sebab dengan tingkat harga yang ditentukan oleh perusahaan bisa menjadi ukuran akan permintaan suatu produk. Kehati-hatian dalam menetapkan harga juga sangatlah penting, karena jika perusahaan salah dalam menetapkan harga untuk sebuah produk bisa berakibat tidak maksimalnya hasil penjualan produk tersebut yang bisa juga berakibat turunnya penjualan serta berkurangnya pangsa pasar (Saleh, et al, 2020).

Dari klarifikasi tersebut, tiga variabel yang terkait dengan Keputusan Pembelian suatu barang harus dibedakan lebih mendalam dan eksplorasi sebagai salah satu sosialisasi kepada semua penjual agar barang yang dijual menghasilkan sesuatu yang memuaskan dan secara tegas mempengaruhi perekonomian negara.

Setelah itu, peneliti berinisiatif untuk mengunggah sebuah karya yang meneliti tentang penerapan label halal, pengaruh kualitas produk dan harga pada suatu produk. Untuk mendapatkan data dan kejelasan informasi serta bukti ilmiah tentang bagaimana pengaruh label halal, kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk, dalam hal ini peneliti memilih produk Sari Apel, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah, peneliti mengangkat sebuah judul **“Pengaruh Label Halal, Kualitas produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Sari Apel Di Desa Andonosari”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan Di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk minuman Sari Apel?
2. Bagaimana pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada produk minuman Sari Apel?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk minuman Sari Apel?
4. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk minuman Sari Apel?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, penulisan penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk minuman Sari Apel.
2. Mengetahui pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada produk minuman Sari Apel.
3. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk minuman Sari Apel.
4. Mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk minuman Sari Apel.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

### 1. Bagi Akademik

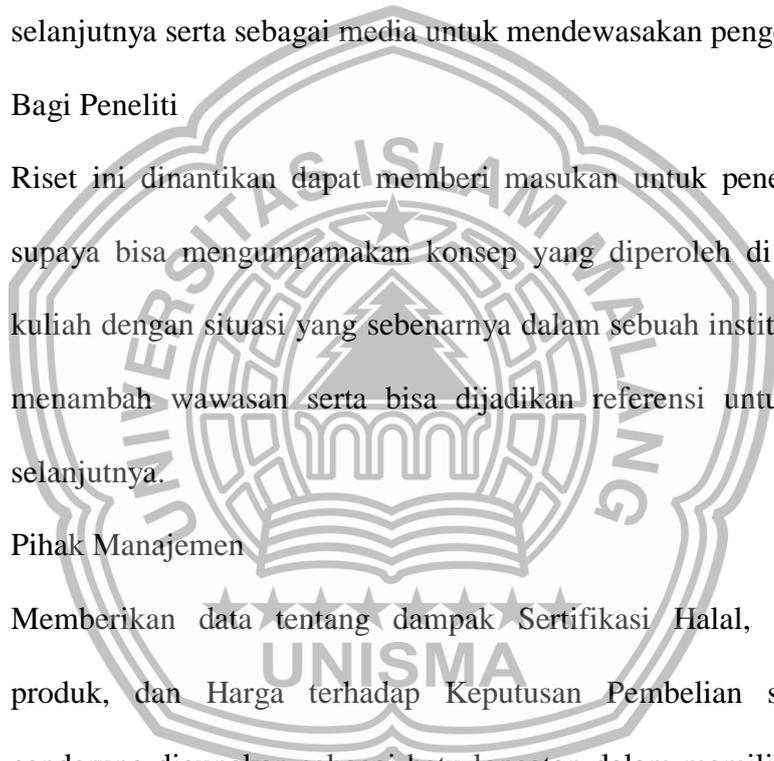
Hasil Riset ini dinantikan dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan studi mengenai pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Sari Apel. Riset ini juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya serta sebagai media untuk mendewasakan pengetahuan.

### 2. Bagi Peneliti

Riset ini dinantikan dapat memberi masukan untuk peneliti lain supaya bisa mengumpamakan konsep yang diperoleh di bangku kuliah dengan situasi yang sebenarnya dalam sebuah institusi serta menambah wawasan serta bisa dijadikan referensi untuk Riset selanjutnya.

### 3. Pihak Manajemen

Memberikan data tentang dampak Sertifikasi Halal, Kualitas produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sehingga cenderung digunakan sebagai batu loncatan dalam memilih sistem mana yang akan diputuskan untuk mendorong bisnisnya.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Responden dalam penelitian ini berjumlah 52 responden yang merupakan konsumen dari produk minuman sari apel yang bertempat tinggal di Desa Andonosari, Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan model regresi berganda, maka terdapat beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

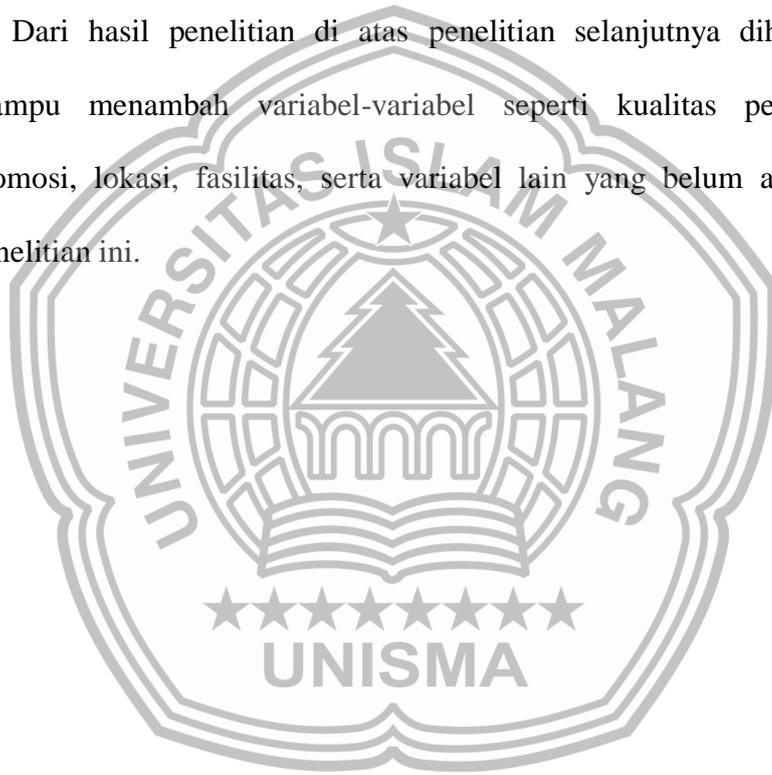
1. Label halal, kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Sari Apel di Desa Andonosari
2. Label halal secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen produk minuman Sari Apel di Desa Andonosari
3. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk minuman Sari Apel di Desa Andonosari
4. Harga secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk minuman Sari Apel di Desa Andonosari

#### 5.2 Keterbatasan

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan. Adanya keterbatasan ini peneliti berharap adanya perubahan untuk penelitian selanjutnya, diantara keterbatasan tersebut yaitu Nilai *Adjusted R Square* 31,0% berarti masih terdapat variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian akan tetapi tidak dimasukkan dalam penelitian

### 5.3 Saran

Dari hasil penelitian di atas penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel-variabel seperti kualitas pelayanan, promosi, lokasi, fasilitas, serta variabel lain yang belum ada pada penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, Ian & Marpaung, Muslim, 2017. *Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. Dalam Jurnal At-Tawassuth, Vol. 2, No. 1, hal 122-145*
- Anisya, et al. 2020. *Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aice (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unsiq Jawa Tengah Di Wonosobo). Dalam Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) Vol. 2, No. 1, hal 98-105*
- Departemen Ilmu Teknologi Pangan-PB, 2010. <http://www.halalmui.org/newMUI/index.php/m-section/39/1328/page>. diakses 02 juli 2021
- Fadila, C T. 2019. *Analisis Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Roti Bread Boy Bakery & Cake Shop Di Banda Aceh). Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh*
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset.*
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, Bandung: Pustaka Setia. 2014.
- Furqon, I N. 2020. *Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Hpai Di Boyolali Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. Salatiga: IAIN Salatiga*
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Priyastama, R. 2017. *Buku Sakti Kuasai SPSS.* Yogyakarta: Start Up.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah & Ridwan. 2020. *Pengaruh Label Halal Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Ainiqua (Studi Pada Konsumen Di 212 Mart Garuda). Dalam Jurnal Al-Qasd, Vol. 2, No. 1, hal 49-60*
- Hardiansyah & Marunung. 2019. *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie (Studi Kasus Pada Warga Desa Danau Sijabut Kecamatan Air Batu).*
- Hikmawati. 2019. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di*

*Toko Cake Dan Bakery Chocolicious Di Kota Makassar. Makassar: UIN Alauddin Makassar*

K. and K. , Marketing Manajemen, 2016.

Kotler, Philip; Armstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi Kedua belas PT. Penerbit Erlangga, 2008.*

Kotler, Philip, dan Armstrong, Garry, 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga.*

Martono & Iriani. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. dalam jurnal Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 2, No. 2, hal 687-699*

Priyatno. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.*

Rahmi, S. S. (2018). *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen di Pajus Medan). Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara Medan.*

Rakhmawati, F. (2016). *Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Hoka-Hoka Bento di Mall Malioboro Yogyakarta. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo.*

Riyono & Budiharja. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. dalam Jurnal Stie Semarang, Vol. 8, No. 2, hal 92-121*

Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.*

Saleh, et al. 2020. *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. dalam Jurnal Economica Vol. 8, No. 1, hal 139-157*

Satria, A A. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. dalam Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 2, No. 1, hal 45-53*

Setyo, P E. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks". dalam Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 1, No. 6, hal 755 - 764*

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Syahputra, Ady & Hamoraon, Haroni Doli.2014.*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan. Dalam Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 2 No. 8*

Wahyurini & Trianasi.2020. *Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.dalam jurnal Mitra Manajemen online Vol. 4, No. 1, Hal 39-50.*

Widodo, T. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

