

**SKRIPSI**

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN  
HALAL ”**

*( Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau)*

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Progam Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.*



Oleh:

**Moniko**

**NPM 165210023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**PEKANBARU**

**2020**



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Moniko  
NPM : 165210023  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan  
Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan  
Minuman Halal

**Disahkan Oleh:**

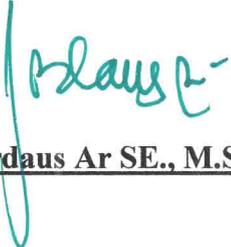
Pembimbing

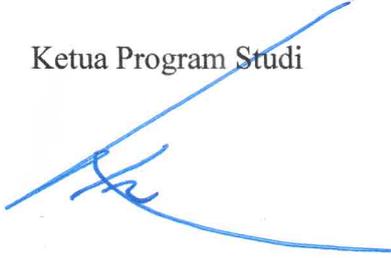
  
(Drs. Syahdanur, M.Si)

**Mengetahui :**

Dekan

Ketua Program Studi

  
(Dr. Firdaus Ar SE., M.Si., Ak., CA.)

  
(Abd. Razak Jer. SE., M.Si.)



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

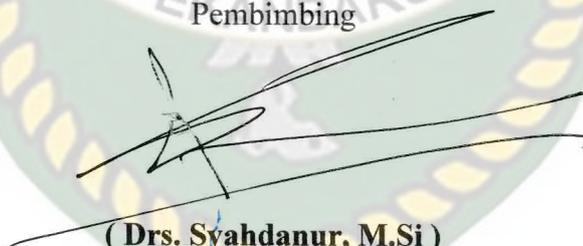
Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Moniko  
NPM : 165210023  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan  
Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan  
Minuman Halal

Disetujui Oleh :

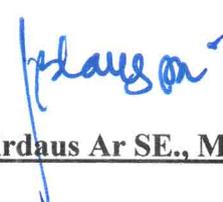
Pembimbing

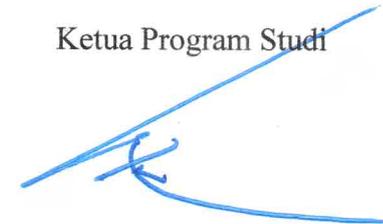
  
(Drs. Syahdanur, M.Si)

Mengetahui :

Dekan

Ketua Program Studi

  
(Dr. Firdaus Ar SE., Msi, Ak., CA.)

  
(Abd. Razak Jer. SE., M.Si.)



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

### LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Moniko  
NPM : 165210023  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal

Disetujui Oleh :

Tim Penguji :

1. Syaefulloh, SE.,M.Si.
2. Awliya Afwa, SE.,MM.

Tanda Tangan

Pembimbing

( Drs. Syahdanur, M.Si )

Mengetahui :

Ketua Program Studi

( Abd. Razak Jer. SE., M.Si )



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap mahasiswa

Nama : Moniko  
NPM : 165210023  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen (S1)  
Sponsor : Drs. Syahdanur, M.Si  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal.

No	Tanggal	Catatan	Berita Bimbingan	Paraf
		Sponsor		Sponsor
1	24-10-2019	X	- Perbaiki Operasional Variabel	
2	07-11-2019	X	- Cari Dimensinya	
3	07-11-2019	X	- ACC Seminar Proposal	
4	25-01-2020	X	- ACC Outline	
5	03-01-2020	X	- Laporan Perkembangan	
6	07-04-2020	X	- Pembahasan BAB V - Lengkapi Photo - Bio Data Penulis	
7	13-04-2020	X	- Baca Skripsi Lagi - Pahami Tujuan Penelitian dan BAB V	



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

8	20-04-2020	X	- Pembahasan di Pahami Lagi - Perbandingan Belum Lengkap	
9	27-04-2020	X	- ACC Seminar Hasil	

Pekanbaru, 24 Juni 2020

Wakil Dekan I

Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, M.Si.

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI**

**Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647**

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU**

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 516/KPTS/FE-UIR/2020, Tanggal 11 Juni 2020, Maka pada Hari Jum'at 12 Juni 2020 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2019/2020.

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| 1. Nama                 | : Moniko  |
| 2. NPM                  | : 165210023   |
| 3. Program Studi        | : Manajemen S1  |
| 4. Judul skripsi        | : Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal. |
| 5. Tanggal ujian        | : 12 Juni 2020  |
| 6. Waktu ujian          | : 60 menit.   |
| 7. Tempat ujian         | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi UIR  |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : <b>Lulus (A-) 75,2</b>  |
| 9. Keterangan lain      | : Aman dan lancar.  |

**PANITIA UJIAN**

Ketua

  
**Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si**  
Wakil Dekan Bidang Akademis

Sekretaris

  
**Abd. Razak Jer, SE., M.Si**  
Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Drs. Syahdanur, M.Si
2. Syaefullah, SE., M.Si
3. Awliya Afwa, SE., MM

(.....)  
(.....)  
(.....)

Saksi

1. Deswarta, SE., MM

(.....)

Pekanbaru, 12 Juni 2020  
Mengetahui  
Dekan,

  
**Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI**

**Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647**

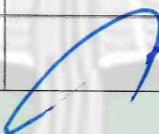
**BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI**

Nama : Moniko  
NPM : 165210023  
Jurusan : Manajemen / S1  
Judul Skripsi : Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal.  
Hari/Tanggal : Jum'at 12 Juni 2020  
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi UIR

**Dosen Pembimbing**

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Drs. Syahdanur, M.Si		

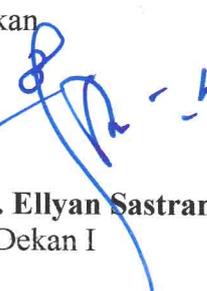
**Dosen Pembahas / Penguji**

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
3	Syaefullah, SE., M.Si		
4	Awliya Afwa, SE., MM		

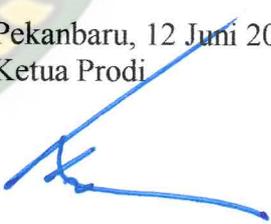
**Hasil Seminar : \*)**

1. Lulus ( Total Nilai \_\_\_\_\_ )
2. Lulus dengan perbaikan ( Total Nilai \_\_\_\_\_ )
3. Tidak Lulus ( Total Nilai \_\_\_\_\_ )

Mengetahui  
An.Dekan

  
**Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si**  
Wakil Dekan I

Pekanbaru, 12 Juni 2020  
Ketua Prodi

  
**Abd. Razak Jer, SE., M.Si**

\*) Coret yang tidak perlu

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**Nomor: 516 / Kpts/FE-UIR/2020**

**TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

- Menimbang : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi/oral komprehensif sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

- Mengingat : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
- a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangunan
- b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
- c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
- d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

N a m a : Moniko  
N P M : 165210023  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul skripsi : Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal.

2. Penguji ujian skripsi/oral komprehensif mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Materi	Ketua
2	Syaefulloh, SE., M.Si	Assisten Ahli, C/b	Sistematika	Sekretaris
3	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6				Anggota
7	Deswarta, SE.,MM	Asisten Ahli	-	Saksi I
8			-	Saksi II
9				Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.
- Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.



Dr. Firdaus AR, SE., M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

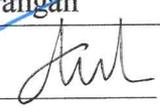
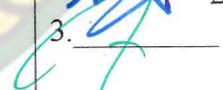
### BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Moniko  
NPM : 165210023  
Judul Proposal : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal  
Pembimbing : 1. Drs. Syahdanur, M.Si  
Hari/Tanggal Seminar : Senin / 30 Desember 2019

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

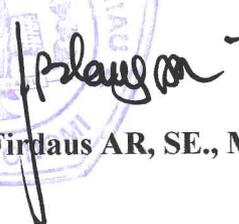
1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan \*)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali \*)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki \*)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki \*)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas \*)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang \*)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas \*)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas \*)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas \*)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas \*)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas \*)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian \*)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat \*)
14. Kesimpulan tim seminar : ~~Perlu~~/tidak perlu diseminarkan kembali \*)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Drs. Syahdanur, M.Si		1. 
2.	Syaefulloh, SE., M.Si		2. 
3.	Awliya Afwa, SE., MM		3. 

\*Coret yang tidak perlu

Mengetahui  
A.n. Dekan Bidang Akademis

  
Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Pekanbaru, 30 Desember 2019  
Sekretaris,

  
Azmansyah, SE., M.Econ

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**Nomor: 2654/Kpts/FE-UIR/2019**  
**TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1**  
*Bismillahirrohmanirrohim*  
**DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

Menimbang: 1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 6 Oktober 2018 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa.  
 2. Bahwa dalam membantu mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga Mendapat hasil yang baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing yang Akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut

Mengingat: 1. Surat Mendikbud RI:  
 a. Nomor: 0880/U/1997 c.Nomor: 0378/U/1986  
 b. Nomor: 0213/0/1987 d.Nomor: 0387/U/1987  
 2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :  
 a. Nomor : 192/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko. Pembangun  
 b. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen  
 c. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1  
 d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi  
 3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau  
 a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987  
 b. Nomor: 10/Skep/YLPI/IV/1987  
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013  
 5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987  
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan: 1. Mengangkat Saudara - saudara yang tersebut namanya di bawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu:

No	N a m a	Jabatan/Golongan	Keterangan
1.	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah:  
 N a m a : Moniko  
 N P M : 165210023  
 Jusan/Jenjang Pendd. : Manajemen / S1  
 Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal
3. Tugas pembimbing adalah berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.  
 4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal.  
 5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.  
 6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali.
- Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru  
 Pada Tanggal: 7 Oktober 2019

Dekan,

Drs. Abrar, M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada:

1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau
2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik Sarjana, baik di Universitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak manapun, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Pekanbaru,.....

Saya yang Membuat pernyataan



Moniko

## ABSTRAK

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN HALAL

OLEH :

MONIKO

NPM :165210023

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan dan minuman halal. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1007 orang, dengan penetapan sampel 100 orang berdasarkan ketetapan kecukupan data untuk menggunakan metode teknik Sampling Purposive. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli produk makanan dan minuman halal yakni konsumen percaya bahwasanya mengkonsumsi makanan dan minuman halal perintah dari agama.

**Kata Kunci : Norma Religius, Kesehatan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER DECISIONS IN PURCHASE OF HALAL FOOD AND DRINK PRODUCTS

**MONIKO**

**NPM :165210023**

This research was conducted to determine and analyze the factors that influence consumer decisions in purchasing halal food and beverage products. The population in this study were 1007 people, with the determination of a sample of 100 people based on the adequacy of the data to use the purposive sampling technique method. Based on the results of the study concluded that the factors that influence consumers buy halal food and beverage products, namely consumers believe that consuming halal food and beverages orders from religion.

**Keywords: Religious Norms, Health, Product Quality, Purchasing Decisions**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal “ dengan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Drs. Syahdanur, M.Si, dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
2. Awliya Afwa, SE., MM, selaku dosen yang banyak membantu saya dalam memberi arahan untuk penyusunan skripsi ini.
3. Syafriana, Pemilik Syaqla Pesta Perawang yang memberikan izin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi ini.
4. Untuk kedua orangtua ku Herman dan D. Rahmawati serta saudara-saudara ku (Handini S.E , Willy Chandra Hermanto dan Refan ) yang selalu memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk sahabat-sahabat terbaik ku yang sudah berjuang dari awal perkuliahan. ( Bobby Kurniawan, Syauqi Adithya Gusdio, Nurwahindra, Adil Mardiansah, Andhika Afriansyah, Agung Riswandi ) yang banyak memberi support kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuh hati, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, kritik yang membangun akan diterima dengan senang hati untuk perbaikan lebih lanjut. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi dunia pendidikan.

Pekanbaru,

Moniko



## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan.....	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	8
2.1 Produk Halal.....	8
2.2 Norma Religius.....	9
2.2.1 Pengertian Norma Religius.....	9
2.2.2 Dimensi dan Indikator Norma Religius.....	11
2.3 Kesehatan.....	11
2.3.1 Pengertian Kesehatan.....	11
2.3.2 Dimensi dan Indikator Kesehatan.....	12
2.4 Kualitas Produk.....	13
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.4.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	15
2.5 Keputusan Pembelian.....	15
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.5.2 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.6 Penelitian Terdahulu.....	17
2.7 Kerangka Teori.....	20
2.9 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Lokasi Penelitian.....	21

3.2	Operasional Variabel.....	21
3.3	Populasi dan Sampel.....	24
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6	Teknik Analisis Data.....	27
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM ORGANISASI.....</b>		<b>29</b>
4.1.	Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau...29	
4.2.	Visi dan Misi.....	30
4.3.	Struktur Organisasi.....	31
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>34</b>
5.1.	Karakteristik Responden.....	34
5.1.1	Tingkat Usia Responden.....	34
5.1.2	Jenis Kelamin Responden.....	35
5.1.3	Jurusan Responden.....	36
5.2.	Analisis Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal.....	37
5.3.	Analisis Keputusan Pembelian.....	38
5.3.1.	Analisis Pembelian Terhadap Norma Religius.....	39
5.3.2.	Analisis Pembelian Terhadap Kesehatan.....	46
5.3.3.	Analisis Pembelian Terhadap Kualitas Produk.....	50
5.3.4.	Analisis Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian....	55
5.4.	Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	62
5.5.	Pembahasan.....	65
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>		<b>67</b>
6.1	Kesimpulan.....	67
6.2	Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>LAMPIRAN GAMBAR</b>		

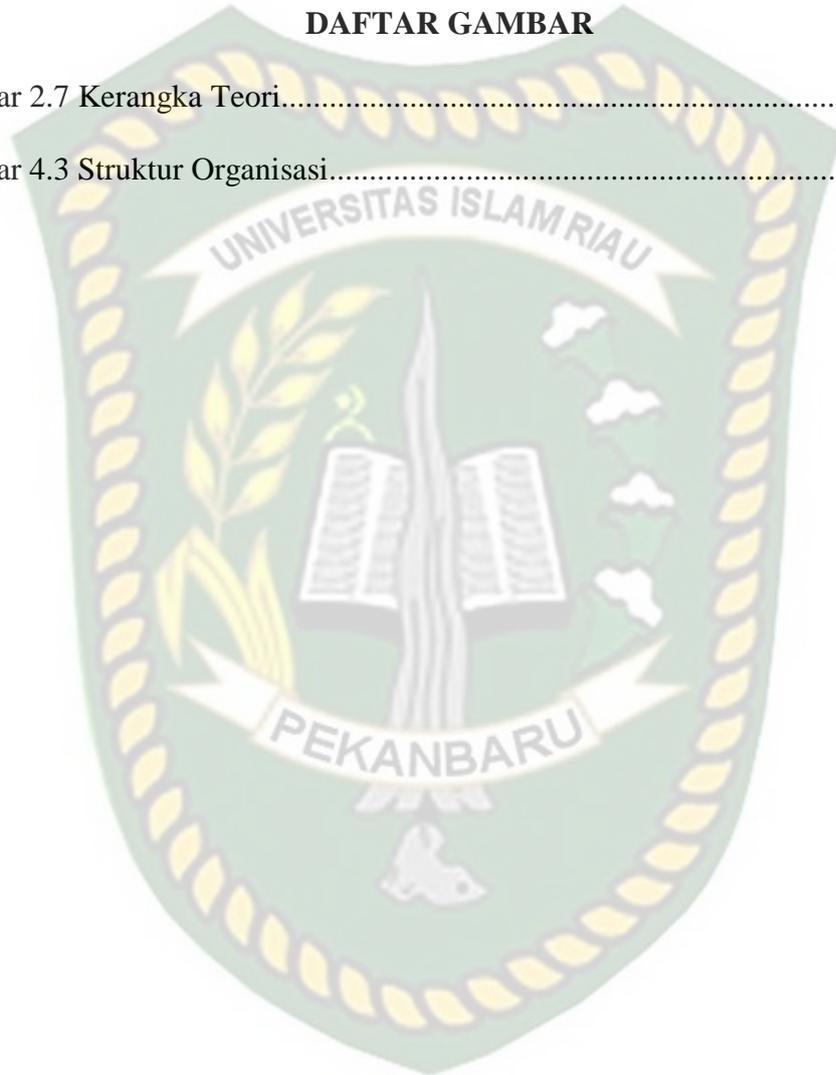
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.....	4
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 5.1 Klasifikasi Menurut tingkat usia responden	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 5.2 Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 5.3 Klasifikasi Responden Menurut Jurusan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 5.4 Rata- Rata Interval .....	37
Tabel 5.5 Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Percaya terhadap Makanan dan Minuman Halal Perintah dari Agama.....	39
Tabel 5.6 Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Memakan dan Meminum Produk Halal yang Sesuai dengan cara yang di perintahkan sesuai syariat Islam.....	40
Tabel 5.7 Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Kita harus Makan dan Minum sesuai dengan ketentuan yang di tetapkan oleh Agama	41
Tabel 5.8 Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Sangat Paham dan Mengetahui Membeli Produk Halal .....	42
Tabel 5.9 Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Pengetahuan sangat penting untuk kita mengetahui apakah itu produk Halal Atau tidak.....	44
Tabel 5.10 Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Celaka Seseorang Bila tidak menjaga Makanan dan Minuman yang di Konsumsi.....	45
Tabel 5.11 Tanggapan Responden pada Indikator Kesehatan tentang Produk Makanan dan Minuman Halal sangat Bermanfaat untuk menjaga Kesehatan.....	46
Tabel 5.12 Tanggapan Responden pada Indikator Kesehatan tentang Produk Makanan dan Minuman Halal sangat Mempengaruhi Kesehatan.....	47
Tabel 5.13 Tanggapan Responden pada Indikator Kesehatan tentang Selalu Mengonsumsi Makanan dan Minuman Halal di banding dengan Produk yang lainnya.....	48

Tabel 5.14 Tanggapan Responden pada Indikator Kesehatan tentang Selalu Mengonsumsi Makanan dan Minuman Halal Untuk Kesehatan.....	49
Tabel 5.15 Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang Produk Makanan dan Minuman Halal Bisa Membuat Lebih Sehat dari Produk Lain .....	50
Tabel 5.16 Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang Makanan dan Minuman Halal Lebih Baik untuk di konsumsi untuk Kesehatan..	51
Tabel 5.17 Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang Sekarang Produk Makanan dan Minuman Halal sangat baik di konsumsi di Jaman Sekarang.....	52
Tabel 5.18 Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang Cuma Produk Makanan dan Minuman Halal yang sangat Membantu untuk Memenuhi kebutuhan yang di butuhkan oleh tubuh .....	53
Tabel 5.19 Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang Produk Makanan dan Minuman Halal Sangat Relatif terkait ketahanan.....	54
Tabel 5.20 Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal dengan Mengetahui terlebih dahulu Informasi dari Produk Tersebut.....	55
Tabel 5.21 Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang Melihat terlebih dahulu desain atau kemasan dari Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Memutuskan Membeli .....	56
Tabel 5.22 Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang Membeli Produk Halal dengan Brand Tertentu .....	57
Tabel 5.23 Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang Memutuskan Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal karena Kepuasan layanan yang di rasakan .....	58
Tabel 5.24 Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal Karena sangat mudah di Cari ...	59
Tabel 5.25 Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang Membeli Produk Halal untuk Waktu tertentu saja	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 5.26 Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang Sangat Mudah Mendapatkan Produk makanan dan minuman Halal .....	61
Tabel 5.27 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	62

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.7 Kerangka Teori.....21  
Gambar 4.3 Struktur Organisasi.....34



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada Jaman Sekarang banyaknya Makanan dan Minuman yang Tersebar di Lingkungan kita, yang mana tanpa kita sadari Produk-produk tersebut ada yang di produksi di dalam negeri dan ada juga yang di import dari luar negeri, banyak makanan dan minuman produk halal yang mana ada juga makanan dan minuman belum tentu jaminan kehalalannya, sehingga membuat konsumen terkadang secara tidak sadar membeli atau mengkonsumsi makanan dan minuman tersebut.

Hasilriset Center of Halal Lifestyle and Consumer Studies (CHCS) menyatakan bahwa 72,5% konsumen Muslim meyakini pentingnya mengkonsumsi makanan yang halal. Mereka berkeyakinan mengkonsumsi produk halal bagian dari kewajiban sebagai Muslim.

Menurut Hanny Nurlatifah, Direktur Eksekutif CHCS, Hal ini dikarenakan umat islam di Indonesia semakin sadar akan pentingnya kehalalan produk. Kesadaran religiusitas masyarakat juga mendorong gaya hidup halal di Indonesia. Situasi ini menjadi tantangan bagi pelaku industri.

Tren halal awareness ini, papar Hanny, yang juga dosen riset pemasaran UAI, berdampak luas menjangkau berbagai industri. Dari mulai industry makanan, wisata dan perjalanan, pakaian dan fashion, kosmetik, finansial, farmasi, media, pendidikan hingga urusan fitness, olahraga dan budaya.

‘Artinya penting bagi perusahaan untuk bias Memahami tuntutan konsumen dan mengantisipasi perubahan pasar. Dua hal tersebut adalah kunci

memenangi persaingan,” tegasnya dalam siaran persnya, Sabtu (11/10). Chairman CHCS, Firsan Nova menambahkan bahwa Isu kehalalan produk menjadi relevan dan mendapatkan momentum di tengah Membanjirnya produk global masuk ke Indonesia.

Hal Ini Mendorong pemain global untuk menghalalkan produknya. Fenomena ini terlihat dari ramainya gerai fast food global dengan berupaya mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia.

Terlepas dari isu kehalalan, pertumbuhan industry makanan dan minuman di Indonesia tumbuh relative baik. Kontribusi industry terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai Rp 540 triliun, menjadikan sector ini salah satu penyumbang terbesar terhadap PDB RI.

Berdasarkan riset Thomson Reuters, Indonesia menempati expenditure rank peringkat pertama. Namun demikian, darisisi player rank, peringkat Indonesia tidak masuk 10 besar. Artinya Indonesia merupakan pasar besar tanpa diimbangi oleh produsen domestik yang besar pula. Merek-merek local belum banyak mengisi pasar domestik.

Dan tidak hanya Masyarakat lainya bahkan kalangan Mahasiswa yang ada di beberapa daerah belum tentu bisa memastikan apakah produk makanan dan minuman yang mereka konsumsi atau beli itu halal karena pada dasarnya ada yang membeli karena produk itu langkah, ada juga yang membeli karena produk itu sedang trending dan ada beberapa faktor yang membuat seorang mahasiswa membeli suatu produk makanan dan minuman.

Sebenarnya Mahasiswa ialah konsumen yang memiliki kesadaran tinggi dan kritis dalam mengenali dan mencari sebuah produk yang di gunakan. Informasi yang terkandung di produk bisa di cari atau dapat diperoleh dari beberapa sumber, Antara lain sumber personal yaitu keluarga, Teman, kenalan, kemudian Sumber Komersial yaitu Promosi, selanjutnya sumber politik yakni media massa dan sumber percobaan yaitu meneliti menggunakan produk. Dalam produk terdapat sebuah informasi mengenai bentuk fisik produk tersebut, label dan sisipan yaitu informasi keamanan untuk produk dan instruksi detail yang di gunakan konsumen dalam mencari informasi yang lebih spesifik mengenai produk yang di inginkan.

Mahasiswa yang cenderung mementingkan mengkonsumsi makanan yang praktis, terjangkau ,cepat dalam penyajian, menarik dan sesuai selera tanpa kurang memperhatikan halal atau tidak nya produk tersebut. Beberapa mahasiswa termasuk dalam tingkat remaja terakhir dengan usia 17 hingga 20 tahun. Masa remaja (adolescence) merupakan masa dimana terjadi transisi masa kanak-kanak menuju dewasa. Terdapat banyak variasi dan fase dalam perkembangan fisik, kognitif dan psikososial demikian juga dengan kesempatan, tantangan, perubahan, keterampilan dan tekanan (potter & Perry, 2019).

Menurut Nawawi (2018) bahwa faktor yang mempengaruhi Masyarakat membeli produk halal karena di sebabkan oleh jaminan keamanan dan Produk Halal dan Apakah Faktor-faktor ini berpengaruh terhadap Mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau, maka dari itu Peneliti ingin Meneliti Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa fakultas ekonomi membeli produk halal.

Yang mana adapun data mahasiswa di fakultas ekonomi universitas islam riau,bisa di lihat di tabel di bawah dari tahun 2015 sampai 2019.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi**  
**Universitas Islam Riau**

No	Program Studi	Tahun				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Manajemen	646	591	578	594	492
2	Akuntansi S1	469	367	387	409	233
3	Akuntansi D3	0	26	21	11	7
4	Ekonomi Pembangunan	80	90	36	29	22
Total		1195	1064	1022	1043	754

*Sumber Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*

Menurut data dari pra survei yang peneliti lakukan 30 dari 30 orang Beranggapan Sangat Penting Makanan dan Minuman halal pada saat ini, pernyataan dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi sangat antusias terhadap kasus yang terjadi atau fenomena makanan dan minuman halal saat ini, maka dari itu akan di lakukan penelitian terhadap fenomena yang terjadi saat ini di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau untuk mengetahui apakah faktor yang mempengaruhi konsumen atau lebih tepatnya mahasiswa dalam membeli produk makanan dan minuman halal.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka di lakukan penelitian yaitu Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan Uraian diatas, maka dirumuskan masalah pokok dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Apakah Terdapat Pengaruh Norma Religius, Kesehatan, Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal secara Parsial dan Silmutan.

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

#### **1.3.1 Tujuan**

Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis faktor Norma Religius, Kesehatan, Kualitas Produk mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan dan minuman halal secara parsial dan silmutan.

#### **1.3.2 Manfaat**

##### **a. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan infomasi kepada konsumen muslim agar lebih teliti dalam membeli produk makanan dan minuman halal

b. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat perkembangan ilmu pengetahuan terutama ilmu terhadap memilih produk makanan dan minuman halal sehingga dapat di terapkan untuk memberikan keputusan yang benar pada pembelian produk makanan dan minuman.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini Menjelaskan Tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah Penelitian, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan dalam Pembuatan Skripsi

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan jurnal yaitu penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai dasar penelitian serta teori-teori relevan yang cocok dengan penelitian. Penelitian ini, berisikan teori yang akan dibahas adalah teori yang berhubungan dengan Keputusan Pembelian pada konsumen, serta kaitan antara Norma Religius, Kesehatan dan Kualitas Produk.

##### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini Menjelaskan tentang Lokasi Penelitian, Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data serta Teknik Analisis Data.

#### BAB IV : GAMBARAN UMUM ORGANISASI

Bab ini Menjelaskan Soal Sejarah Singkat dari Organisasi yang memiliki Visi dan Misi serta berisikan struktur di organisasi tersebut.

#### BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab yang berisikan hasil pengumpulan sebuah data serta sebuah pengolahan, analisis, dan sebuah pembahasan data yang telah di kumpulkan dengan menggunakan analisis statistik cocok.

#### BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menajlskan tentang Penguraikan sebuah kesimpulan dari penelitian, temuan-temuan yang di dapat, seta sebuah saran-saran yang mungkin akan di berikan kepada individu yang terkait dalam penelitian ini, dan saran nantinya untuk penelitian sesudah ini.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Produk Halal

Halal merupakan sesuatu yang di perkenankan atau di perbolehkan. Hal ini bisa jadi yang berfokus pada produk yang bisa di konsumsi, seperti makanan dan minuman yang jelas halal atau tidaknya. Setiap individu yang beragama Islam wajib hukumnya dalam mengkonsumsi makanan dan minuman halal karena sudah menjadi sebuah ketetapan yang mana hal itu terkait di dalam sebuah firman Allah di Al-Qur'an dalam Sebuah Surat Al-Maidah :88 yang berarti : Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah rezezikikan kepadamu dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman KepadaNya

Lawan Kata dari Halal adalah Haram, Ada beberapa Makanan yang sudah di tetapkan haram untuk di konsumsi yaitu : Bangkai, Darah, Daging Hewan Babi, daging hewan yang tidak sempat di sembeli karena tercekik, terpukul, di tanduk dan di terkam binatang buas kecuali sempat di sembelih dengan menyebut nama allah, dan haram juga daging hewan yang di sembeli untuk berhalah dan Hewan dari hasil buru karena itu fasik, Kecuali dengan keadaan darurat Penjelasan ini terkandung di dalam Al-Qur'an surat Al- Maidah :3

Dan tidak hanya sebatas mengikuti ajaran yang tersurat melaikan adanya sebuah tindakan seperti menjaga kebersihan dan kulit, dari bahan baku, sampai semua peralatan yang di pakai atau di gunakan harus sesuai persyaratan dengan ketetapan dan juga harus mengikuti hukum syariah, dan harus di pantau atau di awasi oleh seorang inspektur muslim yang kompeten dan ahli di bidangnya.

Yang mana di negara Indonesia itu sendiri sudah ada Lembaga Pengawas yang sering disebut MUI ( Majelis Ulama Indonesia ), Lembaga bertugas ini memantau atau mengawasi sebuah Produk yang beredar di lingkungan masyarakat dengan cara adanya labelisasi Halal yang mengikuti syarat ketentuan dan administrasi, maka perusahaan harus mendapatkan labelisasi yang diberikan atau adanya sertifikat dari MUI bagi Perusahaan yang berjalan di bidang Makanan dan Minuman, Maka Produk yang sudah ada Label halal atau bersertifikat MUI artinya Produk itu dari proses hingga kemasannya sudah diperiksa dan pastinya sudah terbebas dari zat-zat yang tidak mengandung unsur haram dan pastinya baik untuk dikonsumsi Umat Muslim.

## **2.2 Norma Religius**

### **2.2.1 Pengertian Norma Religius**

Agama adalah indikator yang penting bagi pengambilan keputusan apapun, dimana agama adalah fondasi yang membentuk kepribadian seseorang untuk berperilaku sesuai hukum dan budaya (Nazahah 2012).

Norma Religius mengandung nilai-nilai yang mengharuskan seseorang yang mempercayainya untuk mengikuti aturan yang berlaku. Hal ini dapat diwujudkan dengan mengemas produk-produk makanan dengan label yang sesuai dengan aturan agama tertentu, yaitu dalam kasus penelitian ini label halal (Schiffman & Kanuk. 2013).

Norma religius mengandung nilai-nilai yang mengharuskan seseorang yang mempercayainya untuk mengikuti aturan yang berlaku. Hal ini diwujudkan sebagai contoh dengan melakukan pembelian produk-produk makanan yg

memiliki petunjuk diperbolehkan untuk dikonsumsi muslim, yaitu dalam kasus penelitian ini label halal (Schiffman & Kanuk, 2012).

Norma Religius adalah nilai nilai yang terdapat di diri seseorang yang meyakini atau mempercayai aturan yang di perintakan atau berlaku, dan ini bisa di wujudkan dengan melakukan sebuah pembelian produk yang di kenankan untuk di konsumsi oleh umat Muslim, dalam kasus ini ialah label halal.

Di dalam Islam seorang yang beragama muslim harus mengikuti atau di wajibkannya dalam melakukan sesuatu yang di benarkan atau sesuai akidah. Islam itu sendiri sudah mengatur secara menyeluruh dalam menjalankan kehidupan, yang mana termasuk itu mengkonsumsi produk halal, Produk Makanan dan Minuman yang di makan dan di minum harus produk-produk yang halal, selalu menjahui diri dari produk haram atau yang belum bisa di pastikan kehalalannya dari sebuah produk tersebut untuk di konsumsi umat muslim.

Agama dalam Norma Religius mempunyai pengaruh yang sangat besar pada sebuah perilaku dalam mengkonsumsi, karena agama sudah mengatur apa saja yang di diperbolehkan dan apa yang tidak, seperti dalam mengkonsumsi produk itu sudah di atur, Agama itu sendiri menjadi indikator yang pastinya sangat penting dalam pengambilan sebuah keputusan.

Sebuah Norma religius sangat mempengaruhi dari aspek sebuah kehidupan individu. Termasuk salah satunya mengkonsumsi produk, yang mana ada yang di diperbolehkan dan ada yang tidak di diperbolehkan yang mana ini menjadi pembatas, contoh seorang umat Islam tidak di diperbolehkan makan daging babi, dan orang hindu tidak di bolehkan makan daging sapi.

### 2.2.2 Dimensi dan Indikator Norma Religius

Menurut pendapat Rokeach dan Bank dalam Sahlan religiusitas (2012:39) (keberagamaan) merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang dirasakan atas keyakinan atau kepercayaan seorang individu terhadap suatu agama yang dia percayai. Indikator Religiusitas Islam menurut pendapat El Menouar dan Stiftung (2014) yang berujukan Indikator yang telah dikembangkan Charles Glock yaitu:

- a. Kepercayaan
- b. Ritual
- c. Ketaatan
- d. Pengalaman
- e. Pengetahuan
- f. Konsekuensi

## 2.3 Kesehatan

### 2.3.1 Pengertian Kesehatan

Di dalam pendapat Bonne et al. Menyatakan seorang muslim memilih alasan kesehatan untuk memilih produk halal. Seorang Konsumen paham bahwasanya makanan halal yaitu simbol kebersihan, sebuah kualitas yg tinggi, dan pastinya kesehatan ( Bonne et al 2007). Dari penjelasan di atas dapat di tarik kesimpulan alasan kesehatan menjadikan sumber informasi dimana seorang konsumen bisa menyadari produk yang mereka konsumsi untuk setiap harinya. Dan Produsen dapat menambah kan sebuah informasi kesehatan untuk membuat konsumen yakin dalam meningkatkan kesadaran terhadap produk halal.

Pengaruh faktor kesehatan dalam keputusan sebuah pembelian didalam penelitian menunjukan nilai yang sangat signifikan, seorang konsumen yang sadar dengan kesehatan rohani dan jasmani maka pasti mengkonsumsi produk halal sebagai solusinya ( Prem, 2013).

Didalam penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Husain et al (2016), menunjukan bahwa faktor kesehatan bukan menjadi faktor yang mempengaruhi minat beli. Namun pada penelitian ini, hasil menunjukan bahwa variabel kesehatan menunjukan nilai yang positif dan signifikan berpengaruh pada minat beli. Hal ini menunjukan bahwa orang-orang membeli makanan halal karena meyakini bahwa dengan mengkonsumsi makanan halal dapat mencekahkan dari penyakit, memiliki pola konsumsi yang lebih baik dan sehat. Sehingga alasan ini dapat mendorong mereka untuk melakukan pembelian produk-produk makanan olahan halal.

Makanan yang sehat yaitu makanan yang pastinya higienis dan bergizi. Makanan yang higienis adalah makanan yang tidak mengandung kuman penyakit dan tidak mengandung racun yang dapat membahayakan kesehatan. Bahan makanan yang akan kita makan harus memiliki komposisi gizi yang lengkap, yang terdiri atas karbohidrat, lemak, protein, vitamin, mineral, dan air.

### **2.3.2 Dimensi dan Indikator Kesehatan**

Sebuah kesadaran tentang kesehatan menjadi perhatian & kepedulian yang menjadikan lebih baiknya dan motivasi dalam mempertahankan, memperbaiki, menjaga kualitas hidup & kesehatan dengan menerepakan pola pola hidup yang sehat.

Michaelidou and Hassan menjelaskan ada empat dimensi dalam kesadaran kesehatan, yakni ;

- a. Kepedulian dalam menjaga kesehatan ( Kepentingan Akan Menjaga Kesehatan )
- b. Menjaga Pola Makanan sehat ( Perhatian yg tinggi bahwasanya asupan dari makanan sangat mempengaruhi dalam kesehatan. )
- c. Antusias terhadap produk yang sehat ( Penghargaan pada sebuah makanan yang pastinya alami dan sehat )
- d. Usaha dalam memilih makanan yg menyehatkan tubuh. ( Memilih Makanan yang menyehatkan tubuh )

## **2.4 Kualitas Produk**

### **2.4.1 Pengertian Kualitas Produk**

Menurut Swastha dan Handoko (2012:102), salah satu dari tujuh komponen yang ada adalah keputusan pembeliantentang jenis produk. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah barang atau jasa ketika konsumen tersebut menganggap produk itu dibutuhkan. Kualitas produk yang diberikan perusahaan adalah strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

. Kualitas produk merupakan hal yang penting untk menentukan suatu pemilihan produk oleh seorang konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang berkualitas dan benar-benar teruji dengan baik. Karena bagi

konsumen yang paling diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Produk (product) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, informasi, dan ide (philip kotler & kevin lane keller, 2015).

Sebuah Kualitas produk ialah sebuah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsi, yakni: Sebuah ketepatan dalam kemudahan beroperasi dan perbaikannya, sebuah dayatahan keandalannya, serta sebuah atribut yg bernilai lainnya. Dalam meningkatkan sebuah kualitas produk tersebut, perusahaan bisa memakai ( Total Quality Manajemen ).

Produk yang berkualitas adalah produk yang memenuhi & melebihi harapan dari seorang konsumen yang mana itu bisa di katakan perusahaan itu menghasilka produk yang berkualitas baik, dan itu bisa jadi acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk harus melibatkan konsumen dalam menilai sebuah kualitas produk, tedapat sebuah hubungan erat yang mana antara sebuah kualitas produk & pelayanan, Kepuasan pelanggan & Profitabilitas sebuah perusahaan. Semakin memiliki nilai yang tinggi kualitas maka semakin tinggi juga kepuasan dan juga pastinya mendukung sebuah harga yang lebih tinggi & biaya yang rendah.

## 2.4.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk

Gaspersz (2008:119) menjelaskan bahwa di dalam kualitas produk terdapat beberapa indikator yakni :

1. Performance ( Tingkat Pencapaian Hasil dari Produk )
2. Reliability (Kehandalan dari Sebuah Produk )
3. Features, ( Fitur yang di Miliki Suatu Produk )
4. Conformance,( Kesesuaian yang di miliki Oleh Produk Tersebut)
5. Durability, ( Daya tahan yang di miliki Suatu Produk )

## 2.5 Keputusan Pembelian

### 2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian didefinisikan sebagai proses dimana konsumen menentukan pilihan terhadap Cherie (Grewald&Levy, 2013:142). Kotler (2012:190) “keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli”. Keputusan pembelian merupakan tahap konsumen akan membeli atau tidak. Konsumen mungkin juga akan membentuk suatu maksud membeli dan cenderung membeli merek yang paling disukai, tetapi ada dua faktor yang muncul di antar kecendrungan pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor situasi yang tak terduga. Konsumen mungkin membentuk kecendrungan pembelian berdasar pada pendapatan yang diharapkan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan.

### 2.5.2 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian

Swastha dan Irawan 1981:108 menjelaskan ada beberapa dimensi di keputusan Pembelian yakni:

1. Keputusan tentang jenis produk, Mengetahui Informasi Akan Produk yang akan di beli dan mengetahui segala sesuatu tentang produk.
2. Keputusan tentang bentuk produk, Desain/ Kemasan Produk yang Ingin di Beli apakah itu sesuai dengan kesukaan kita atau tidak
3. Keputusan tentang merek, Keinginan akan Produk yang di sukai apakah itu merek yang sangat terkenal atau tu di gemari oleh masyarakat.
4. Keputusan tentang penjual, Layanan yang di berikan dan di rasakan oleh pembeli sehingga dia membeli dengan rassa yang nyaman dan loyal nantinya
5. Keputusan tentang jumlah produk, Kemudahan Mencari Produk yang di minati apakah itu mudah di cari atau itu barang langka dan susah di cari.
6. Keputusan tentang waktu pembelian, Menjadikan Waktu atau Moment tertentu untuk membeli apakah itu layak dibeli atau tunggu waktu yang tepat
7. Keputusan tentang cara pembayaran, Mempermudah saat mendapatkan Produk yang ingin di beli dengan cara yang mudah dan cepat

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.6

### Penelitian Terdahulu

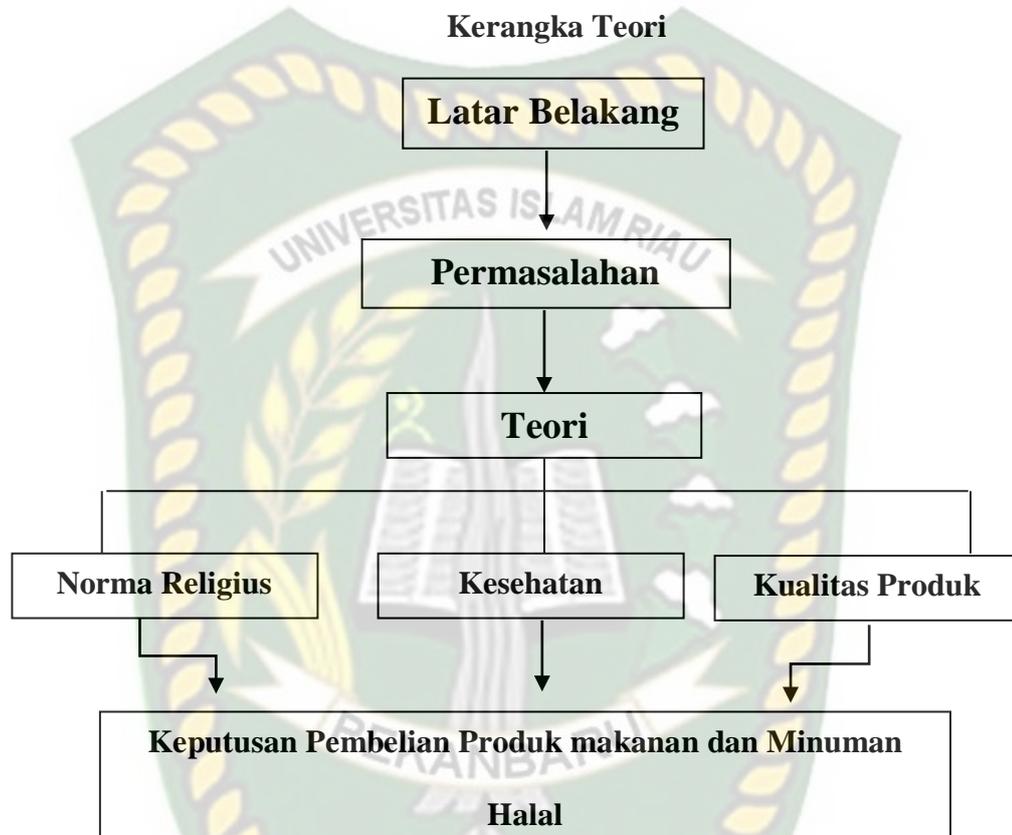
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan
1	Riza Anugrah	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Halal di Kalimantan Barat	Deskriptif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi akan harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor halal di Kalimantan Barat sebesar 60,00 % berdasarkan hasil yang didapatkan dari pernyataan responden dengan indikator pernyataan sangat setuju pada pernyataan “saya selalu memperhatikan harga dalam membeli produk makanan impor halal”, persepsi akan selera berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor halal di Kalimantan Barat sebesar 59,50 % berdasarkan hasil yang didapatkan dari pernyataan responden dengan indikator pernyataan sangat setuju pada pernyataan “saya lebih menyukai produk makanan impor halal dibandingkan dengan produk lokal halal”, dan persepsi akan pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor halal di Kalimantan Barat sebesar 58,67 % berdasarkan hasil yang didapatkan dari pernyataan responden dengan indikator pernyataan sangat setuju pada pernyataan “saya berbelanja produk makanan impor halal sesuai dengan budget yang tersedia”.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan
2	Nurul huda	Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi produk halal pada kalangan mahasiswa muslim	Convenient sampling dan snowball sampling	<p>1. Variabel Pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku melalui intensi untuk mengkonsumsi produk halal.</p> <p>2. Pengaruh yang terbentuk variabel Sikap dan Norma Subjektif terhadap Variabel Perilaku adalah pengaruh secara tidak langsung melalui variabel Intensi.</p> <p>3. Variabel Kendali Perilaku memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Perilaku melalui variabel Intensi.</p> <p>4. Variabel Komitmen Beragama juga menunjukkan hasil yang sama. Bahwa makin besar komitmen seseorang terhadap pelaksanaan ajaran agama dalam mengkonsumsi produk halal, maka makin besar intensi dan perilaku seseorang positif untuk selalu mengkonsumsi produk halal.</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan
3	Ady Syahputra & Haroni doli hamoroan	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan	Deskriptif	1. dapat di tarik kesimpulan dari hasil seuah analisis yaitu deskriptif yg dilakukan bahwa sebuah tanggapan dari para responden dalam pernyataan yang diajukan kepada responden sangat memuaskan, hal inimenunjukkan bahwasanya pengetahuan terhadap produk makanan berlabel halal cukup tinggi.

## 2.7 Kerangka Teori

Gambar 2.7



## 2.9 Hipotesis

Hipotesis yakni sebuah pernyataan dugaan yaitu hubungan antara 2 variabel atau bahkan lebih ( Kerlinger , 2000 ). Adapun Hipotesis yang pakai dalam penelitian ini. Yaitu Apakah Faktor Norma Religius, Kesehatan, Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal secara Parsial dan Simultan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Jl. Kaharudin Nasution 113 Pekanbaru Riau 28284.

#### 3.2 Operasional Variabel

Tabel 3.2

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Norma Religius</b> Allport dan Ros (1967,hal 434) mengartikan Norma religiulitas adalah Individu dengan religiulitas yang masuk kedalam harmoni dengan Intrinsik religiulitas menerima kepercayaan, menginternalisasi itu, dan ikut sepenuhnya.	1. Norma Religius	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kepercayaan</li><li>• Ritual,</li><li>• Ketaatan,</li><li>• Pengalaman,</li><li>• Pengetahuan</li><li>• Konsekuensi.</li></ul>	Ordinal

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p><b>Kesehatan</b> Menurut ( Prem, 2013) Pengaruh faktor kesehatan dalam keputusan sebuah pembelian didalam penelitian menunjukan nilai yang sangat signifikan, seorang konsumen yang sadar dengan kesehatan rohani dan jasmani maka pasti mengkonsumsi produk halal sebagai solusinya.</p>	<p>1 . Kepedulian dalam kesehatan.</p> <p>2 . Menjaga Pola Makanan sehat</p> <p>3. Antusias terhadap produk yang sehat</p> <p>4. Usaha memilih makanan yang sehat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepentingan Akan Menjaga Kesehatan</li> <li>• Perhatian yg tinggi bahwasanya asupan dari makanan sangat mempengaruhi dalam kesehatan.</li> <li>• Penghargaan pada sebuah makanan yang pastinya alami dan sehat.</li> <li>• Memilih Makanan yang menyehatkan tubuh</li> </ul>	Ordinal
<p><b>Kualitas Produk</b> Menurut pendapat Ariyoto (2001:92) kualitas adalah karakteristik dan totalitas bentuk barang yang menunjukkan di dalam kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dari seorang konsumen.</p>	<p>1. Kualitas Produk</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Performance,</li> <li>• Reliability,</li> <li>• Features,</li> <li>• Conformance,</li> <li>• Durability,</li> </ul>	Ordinal

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p><b>Keputusan Peembelian</b> Menurut Kotler 2002:207 menjelaskan keputusan pembelian yakni sebuah tindakan konsumen dalam membeli atau tidak terhadap sebuah produk.</p>	<p>1.. Keputusan tentang jenis produk.</p> <p>2. Keputusan tentang bentuk produk</p> <p>3. Keputusan tentang merek.</p> <p>4. Keputusan tentang penjual.</p> <p>5. Keputusan tentang jumlah produk.</p> <p>6. Keputusan tentang waktu pembelian</p> <p>7. Keputusan tentang cara pembayaran</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengetahui Informasi Akan Produk</li> <li>• Desain/ Kemasan Produk yang Ingin di Beli</li> <li>• Keinginan akan Produk yang di sukai</li> <li>• Layanan yang di berikan dan di rasakan</li> <li>• Kemudahan Mencari Produk</li> <li>• Menjadikan Waktu atau Moment tertentu untuk membeli</li> <li>• Mempermudah saat mendapatkan Produk yang ingin di beli</li> </ul>	Ordinal

Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi Penelitian adalah suatu Wilayah yang menjadi tempat penelitian oleh seorang peneliti. Menurut Pendapat Sugiyono ( 2011,80 ) Populasi ialah suatu bagian wilayah generilasi yang terdiri dari Obyek/Subyek yang Memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang di tetapkan oleh Seorang peneliti itu untuk di pelajari dan setelah itu ditarik kesimpulannya. Pendapat yang di jelaskan bisa menjadi acuan bagi penulis untuk menentukan populasi yang di tujukan. Populasi yang akan di gunakan sebagai penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

#### b. Sampel

Sampel Penelitian ialah suatu bagian dari populasi yang ingin diteliti seorang peneliti. Pendapat sugiyono ( 2011.81 ), Sebuah Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang di Peroleh dari populasi.” Yang berarti Sampel merupakan bagian dari sebuah populasi, sehingga sampel pastinya dengan menggunakan sebuah cara tertentu yang di dasarkan oleh ketetapan-ketetapan yang ada.

Pengambilan sebuah sampel ini penulis itu sendiri menggunakan teknik Sampling Purposive Sugiyono (2011, 84) menjelaskan: “*Sampling Purposive* Merupakan Sebuah teknik menentukan sebuah sampel dengan segala pertimbangan tertentu.” Dari sebuah pengertian di atas supaya lebih memudahkan saat penelitian dalam menentukan sampel. Sampel yang akan

di gunakan oleh peneliti memiliki beberapa ketentuan, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau angkatan 2017 berjenis kelamin laki-laki & perempuan yang memiliki usia 18 tahun sampai 27 tahun, dan Beragama Muslim atau Berstatus Agama Islam.

Menurut Pendapat Arikunto (2016:112) mengatakan bahwa “Apabila Subjeknya kurang dari seratus, Sebaiknya di ambil semua sehingga penelitiannya merupakan populasi. Akan tetapi, jika jumlah subjek besar, maka dapat diambil antara 10-15% atau 15-25% atau lebih dari situ.” Dari keseluruhan populasi seluruhnya berjumlah 1007 orang, maka sampel yang di gunakan pada penelitian ini  $1007 \times 10\% = 100,7$  atau dibulatkan menjadi 100 sampel.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang di peroleh saat penelitian ini yaitu data primer yang data dibuat seorang peneliti yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dalam riset ( Malhotra,,2007 ).Penelitian ini data yang di dapat atau di peroleh yaitu baik didapat secara langsung yang mana seorang responden yg mengetahui sebuah produk makanan & minuman halal. Hal ini bertujuan agar memberikan gambaran yang lebih mudah bagi seorang responden, dan seorang responden yang melakukan sebuah aktivitas berbelanja bagi kebutuhan pribadi atau keluarga, sehingga responden lebih mengetahui kebutuhannya, dan yang bersedia dalam menjawab pernyataan kuisisioner penelitian ini.

Data yang di peroleh dari sumber data primer pastinya di gunakan sebuah tekni atau metode survey, yang mana sebuah kuisisioner yang terstruktur yang akan

di berikan kepada sebuah sampel dari bagian populasi dan didesign agar mencari sebuah informasi spesifik dari responden ( Malhotra. 2007 ). Penulis menggunakan metode penyebaran kuesioner secara langsung kepada seorang responden dengan menggunakan metode Sampling Aksidental.

Saat awal sebelum penulisan di lakukan, peneliti melakukan Pretest dahulu, yang mana pretest itu merupakan langkah yang dibuat atau dilakukan dalam sebuah penulisan agar menguji sebuah kuesioner yang sudah di susun dengan jumlah sampel kecil dari responden agar bertujuan bisa mengidentifikasi kesalahan- kesalahan yg terdapat di dalam kuesioner.

Yang mana jumlah biasanya sampel dari responden di pilih dari 15-30 sesuai dari target populasi heteroginitas yang di inginkan ( Maholtra, 2017). Didalam penulisan ini, dilakukan Pretest kepada 30 orang termasuk didalam karakteristik seorang responden yang sudah di tentukan.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Didalam pengambilan sebuah data primer yang di peroleh menggunakan sebuah format dalam menyusun kuesioner, yakni :

- a. *Closed Ended Question*, yang mana format sebuah dengan memberikan responden pertanyaan. Dengan pilihan berbentuk berganda. Pertanyaan terdapat di sebuah bagian dari screening & profil seorang responden di kuesioner. Didalam pertanyaan multiple choice, peneliti memberikan berupa alternatif jawaban dan seorang responden agar diminta bisa menjawab dengan memilih sesuai keinginan responden.

b. *Scaled Response Question*, merupakan bagian pertanyaan yg digunakan dengan skala pengukuran dan mengetahui pendapat dari responden terhadap sebuah pertanyaan yang di berikan di dalam kuesioner. Yang mana pertanyaan tersebut memiliki gradasi , dari sangat positif sampai sangat negatif. Yang mana digunakan skala likert yang terdiri dari enam tingkat yakni :

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak setuju
3. Kurang Setuju
4. Agak Setuju
5. Setuju
6. Sangat Setuju

Maholtra, (2007) Menjelaskan bahwa kelebihan dari skala likert adalah mudah di gunakan di buat, dan di bagikan, serta di pahami, kekurangan dari skala ini banyak menghabiskan waktu.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Disini dalam penelitian menggunakan teknis yaitu teknik analisis data yakni Analisis deskriptif statistik, yang mana biasa di gunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang di peroleh dalam membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi ( Sugiyono: 2014 ). Penelitian ini digunakannya analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan variabel dan menganalisis profil sampel.

Dalam kajian lebih mendalam dipakai skala likert, yang mana menghitung tabulasi angket yg memiliki gradasi dan setelah itu diberikan sebuah kerangka

penafsiran, menurut Djaali (2008,28) skala likert merupakan skala yang bisa dapat digunakan dalam mengukur sikap, presepsi dan pendapat individu/kelompok tentang gejala / fenomena. Skala ini banyak digunakan dalam melakukan riset survei dan skala yang psikometrik yg umum di gunakan. Dan skala ini dengan variabel yang sudah di ukur, di jabarkan menjadi sebuah indikator variabel.

Setelah itu sebuah indikator di susun menjadi sebuah titik tolak dalam mengukur item yang berupa pernyataan, dalam hal ini skala likert memiliki gradasi dari sangat negati sampai sangat positif dan memiliki nilai skor, yang mana bisa di lihat dibawah

- a. Nilai Skor (5)  
Berarti Sangat Setuju
- b. Nilai Skor (4)  
Berarti Setuju
- c. Nilai Skor (3)  
Berarti KurangSetuju
- d. Nilai Skor (2)  
Berarti Tidak Setuju
- e. Nilai Skor (1)  
Berarti Sangat Tidak Setuju

Maka dari itu diperoleh skor dari 1 sampai 5, yang mana nilai skor memiliki angka interval antar nilai satu dengan nilai lainnya yang mana di peroleh nilai 0,8 yang berasal dari Nilai (5) dikurang Nilai (1) dibagi dengan Jumlah keseluruhan nilai (5) yang mana bisa di gambarkan Nilai 4,20 – 5,00 ( Sangat Setuju ), Nilai 3,40 – 4,19 ( Setuju),Nilai 2,60 - 3,39 ( Kurang Setuju ),Nilai 1,80 - 2,59 (Tidak Setuju),Nilai 1,00 – 1,79 ( Sangat Tidak Setuju ).

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM ORGANISASI

#### 4.1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau

Perguruan tinggi Universitas Islam Riau (UIR) adalah perguruan yang ada di provinsi Riau yang berdiri 4 September 1962 bertepatan 23 Zulkaidah 1382 H, yang mana berdiri bawah YLPI ( Lembaga Pendidikan Islam) Riau. Adapaun tokoh pendiri UIR adalah :

1. Dt. Wan Abdurahman
2. Soeman Hasibuan
3. H. Zaini Kunin
4. H. A. Malik
5. H. Bakri Sulaiman
6. H.A. Kadir Abbas,S.H, dan
7. H.A. hamid Sulaiman.

Seiring berjalanya waktu UIR memiliki atau mengembangkan beberapa fakultas yang mana antara lain Fakultas Agama Islam, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Pertanian , Fakultas Tekni, Fakultas Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, dan Fakultas Ilmu Komunikasi.

Adapun peneliti mengambil objek di Fakultas Ekonomi, yang mana Fakultas Ekonomi terdapat empat Jurusan yaitu Jurusan Manajemen (S1), Akuntansi (S1), Ekonomi Pembangunan (S1) dan Akuntansi (D3), yang mana Fakultas Ekonomi

itu sendiri berdiri tahun 1 juli 1981 dengan menjalanin berbagai proses, pada perkebanganya saat ini Fakultas Ekonomi memiliki Visi dan Misi yang berujuan mengembangkan Fungsi menjadi lebih baik untuk lingkungan masyarakat dan menciptakan generasi genarasi yang berguna bagi masyarakat dan negara.

#### 4.2. Visi dan Misi

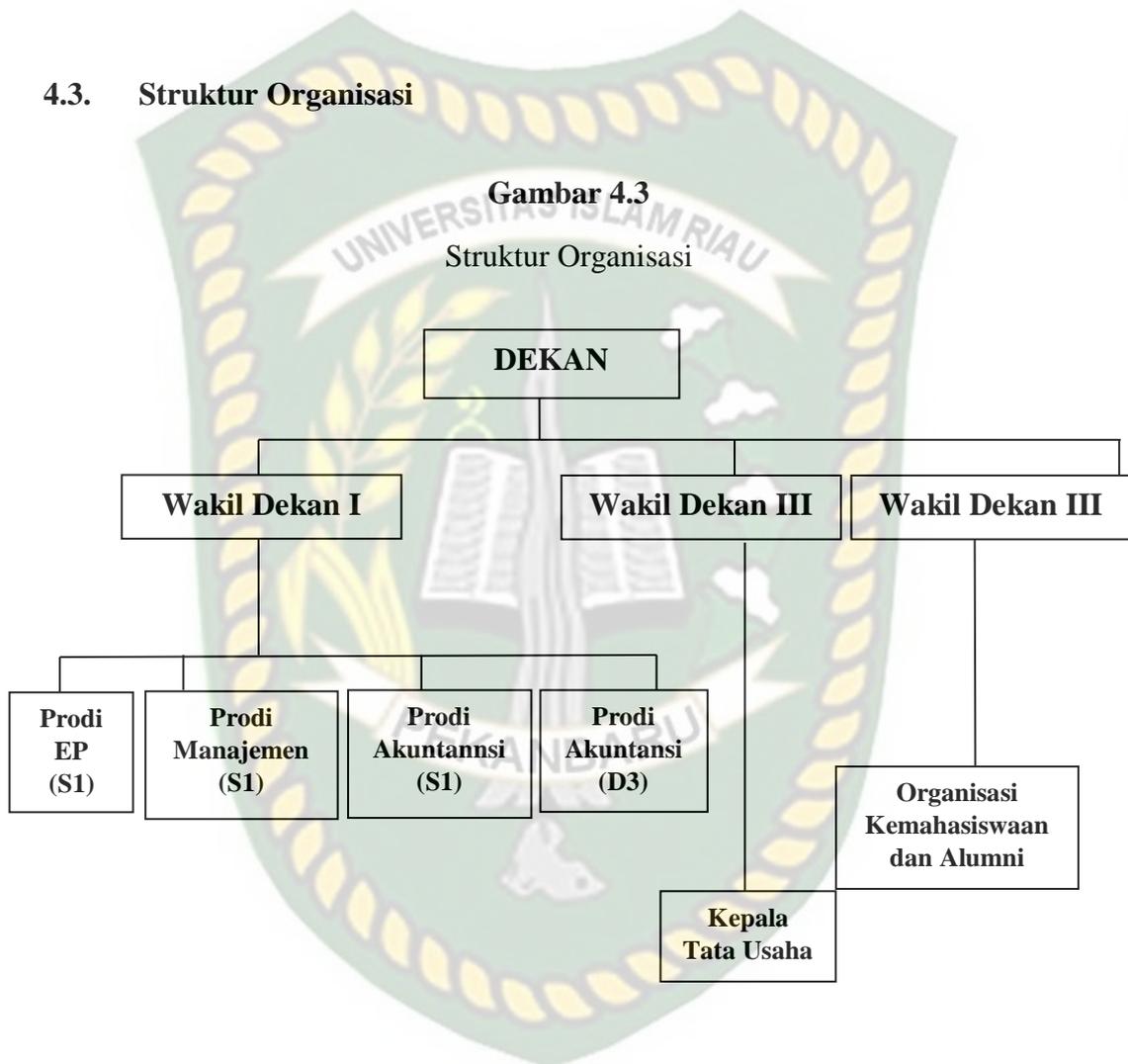
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau memiliki Visi "Menjadi Fakultas Ekonomi yang unggul dan terkemuka di bidang Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi berwawasan Islam di Asia Tenggara tahun 2020"

Misi dari Fakultas Ekonomi :

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran bidang Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan masyarakat dan dunia bisnis serta berdaya saing tinggi dalam era globalisasi berdasarkan nilai-nilai Islam.
2. Menyelenggarakan penelitian untuk pengembangan Ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi.
3. Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada peningkatan pengetahuan dan pola pikir masyarakat untuk peningkatan kesejahteraan.
4. Membangun dan mengembangkan budaya akademik yang dinamis, kreatif, inovatif dalam lingkungan kampus yang kondusif dan Islami.

5. Menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan, dunia bisnis, organisasi profesi dan institusi pemerintah, baik di tingkat Lokal, Nasional dan Internasional.

#### 4.3. Struktur Organisasi

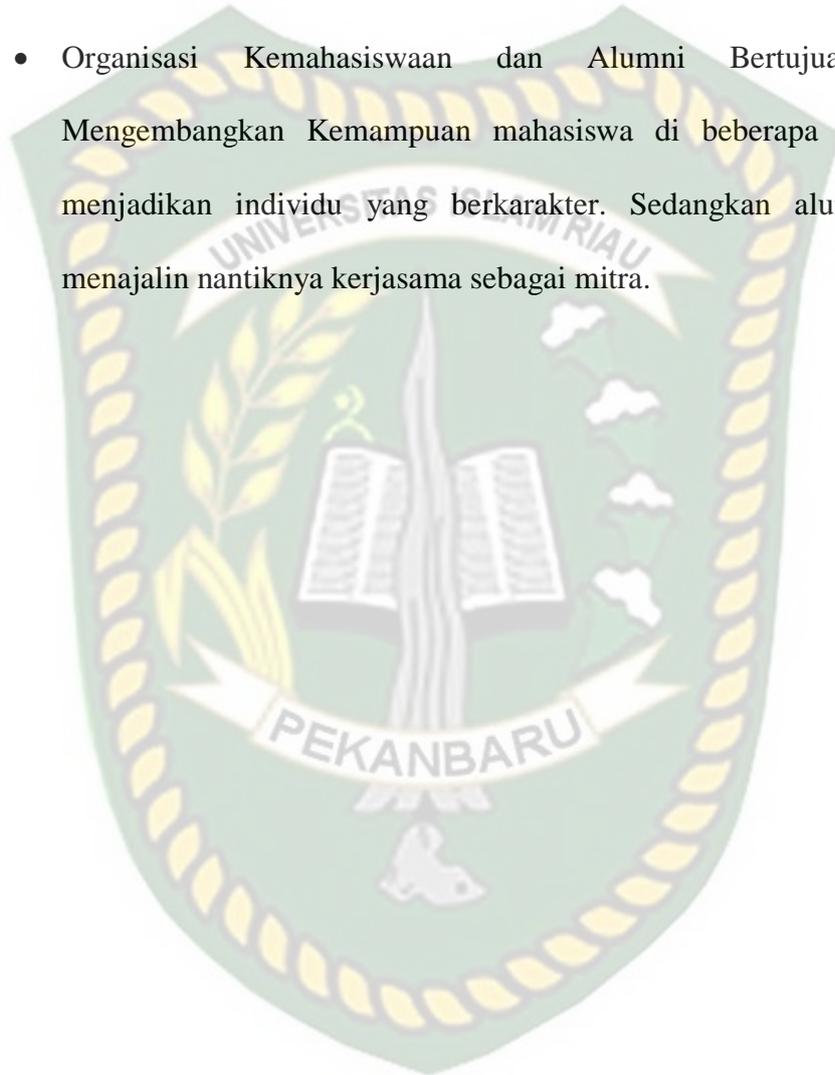


Sumber : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau

**Keterangan :**

- Dekan adalah pejabat yang memimpin suatu [fakultas](#). Dalam bentuk ideal, ia adalah pemimpin administratif sekaligus pemimpin ke [akademikan](#) tertinggi di fakultasnya.
- Wakil Dekan I mempunyai tugas untuk menangani bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat dan kerjasama.
- Wakil Dekan II mempunyai tugas untuk menangani bidang keuangan, administrasi umum, kepegawaian, dan perlengkapan.
- Wakil Dekan III mempunyai tugas untuk mengurus bidang kemahasiswaan dan alumni.
- Prodi Jurusan terdiri atas Ketua dan Sekretaris Jurusan mempunyai tugas mengelola sumber daya untuk menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan bidang ilmu dan program studi yang ada di jurusan. Untuk melaksanakan tugas pengembangan jurusan, dibentuk satuan-satuan tugas sesuai dengan kebutuhan. Pimpinan jurusan menyediakan informasi tentang kurikulum program studi, tugas dosen dalam hal mengajar, membimbing skripsi, dan membimbing PKL; skripsi (judul, pembimbing, dan lama penyelesaian skripsi), serta informasi tentang keadaan peralatan laboratorium dan PBM.

- Kepala Tata Usaha Merupakan penyelenggaraan kegiatan administrasi, yakni urusan tulis-menulis (termasuk hal keuangan dan sebagainya) dalam sebuah Organisasi.
- Organisasi Kemahasiswaan dan Alumni Bertujuan Untuk Mengembangkan Kemampuan mahasiswa di beberapa aspek dan menjadikan individu yang berkarakter. Sedangkan alumni untuk menajalin nantinya kerjasama sebagai mitra.



Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1. Karakteristik Responden

##### 5.1.1 Tingkat Usia Responden

Usia atau umur merupakan salah satu faktor yang akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan setiap aktivitas dalam kehidupannya sehari-hari, Karena umur menjadi salah satu indikator dalam menentukan produktif atau tidaknya seseorang, bahkan juga mempengaruhi pola pikir dan standar kemampuan fisik dalam suatu pekerjaan. Tingkat responden dalam penelitian ini dapat di terangkan dalam tabel di bawah ini :

**Tabel 5.1 Klasifikasi Menurut tingkat usia responden**

<b>Umur Usia (Tahun)</b>	<b>Jumlah Responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
20	4	4%
21	57	57%
22	29	29%
23	8	8%
24	1	1%
27	1	1%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Hasil Penelitian, 2020

Pada Tabel di atas dapat di jelaskan bahwa jumlah responden yang Berada di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau angkatan 2017 adalah berusia 21 tahun. Dari uraian tentang usia responden di atas, dapatlah di katakan bahwa responden membeli Makanan dan Minuman Halal berada pada usia Produktif.

### 5.1.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin merupakan salah satu yang termasuk dalam kategori faktor demografi seseorang yang sangat mempengaruhi orang tersebut dalam pengambilan keputusan. Seseorang yang berjenis kelamin laki-laki sudah tentu berbeda dalam pengambilan keputusan dalam mengatasi suatu pekerjaan/masalah yang di hadapinya dibandingkan dengan seseorang yang berjenis kelamin perempuan.

Untuk lebih jelas tentang jenis kelamin yang menjadi responden pada penelitian ini, dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.2 Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	43	43%
Perempuan	57	57%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Hasil Penelitian, 2020

Pada Tabel di atas dapat di jelaskan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini yaitu responden yang berjenis kelamin Perempuan sebesar 57%. Sedangkan responden yang berjenis kelamin Laki-Laki sebesar 43%. Hal ini disebabkan karna mayoritas Mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau adalah kebanyakan Mahasiswa Berjenis Kelamin Perempuan.

### 5.1.3 Jurusan Responden

Jurusan menjadi sebuah indikator dalam penelitian ini karena di sebabkan karena setiap jurusan memiliki kebiasaan yang berbeda. Begitu juga halnya dengan responden yang di jadikan sampel dalam penelitian ini berasal dari beberapa jurusan sebagaimana terdapat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 5.3 Klasifikasi Responden Menurut Jurusan**

<b>Jurusan</b>	<b>Jumlah Responden (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Manajemen (S1)</b>	<b>56</b>	<b>56%</b>
<b>Akuntansi (S1)</b>	<b>29</b>	<b>29%</b>
<b>Akuntansi (D3)</b>	<b>5</b>	<b>5%</b>
<b>Ekonomi Pembangunan (S1)</b>	<b>10</b>	<b>10%</b>
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Hasil Penelitian 2020

Dari tabel di atas terlihat bahwa responden jenis jurusan terbanyak adalah Manajemen (S1) yakni dengan jumlah 56 orang atau sebesar 56% dari total seluruh responden yang menjadi sampel penelitian. Berarti Bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dominan paling banyak adalah Mahasiswa Manajemen.

## 5.2. Analisis Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal

Untuk mengukur masing-masing variabel, penulis membuat daftar pernyataan yang akan di jawab oleh responden dalam bentuk kuesioner. Karena jawaban yang di peroleh dari responden bersifat kualitatif, maka untuk mempermudah penelitian ini, digunakan skala pengukuran indikator variabel yaitu skala likert yang mana data dalam penelitian ini dalam bentuk kuantitatif tersebut di ubah menjadi data kuantitatif, yaitu dengan cara memberikan skor pada setiap pernyataan dimana responden untuk menjawab pernyataan dengan nilai jawaban seperti di bawah ini :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{Nilai Skor terendah}}{5}$$

Interval =  $\frac{5 - 1}{5} = 0,8$  jadi jarak setiap titik adalah 0,8 sehingga dapat di peroleh penilaian sebagai berikut.

**Tabel 5.4 Rata- Rata Interval**

<b>Interval Rata-Rata</b>	<b>Kategori</b>
<b>4,20 – 5,00</b>	<b>Sangat Setuju (SS)</b>
<b>3,40 – 4,19</b>	<b>Setuju (S)</b>
<b>2,60 - 3,39</b>	<b>Kurang Setuju (KS)</b>
<b>1,80 - 2,59</b>	<b>Tidak Setuju (TS)</b>
<b>1,00 – 1,79</b>	<b>Sangat Tidak Setuju (STS)</b>

Sumber : Sudjana (2009:79)

### 5.3. Analisis Keputusan Pembelian

Kotler 2002:207 menjelaskan keputusan pembelian yakni sebuah tindakan konsumen dalam membeli atau tidak terhadap sebuah produk. Dan banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa, bisaya seorang konsumen pasti melihat kualitas, harga, dan tentunya produk, mana di sini keputusan pembelian sebuah tindakan konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian produk.

Keputusan Pembelian ada karena suatu motif berdasarkan faktor-faktor sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting di lakukan.

Kuesioner yang di sebarakan menggunakan pengukuran skala 5 (dimana sangat setuju mewakili untuk 5, setuju mewakili 4, kurang setuju mewakili 3, tidak setuju mewakili 2, dan sangat tidak setuju mewakili 1 ) di anggap dapat mewakili preferensi responden terhadap norma religius, Kesehatan, Kualitas produk.

### 5.3.1. Analisis Pembelian Terhadap Norma Religius

**Tabel 5.5**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang**  
**Percaya terhadap Makanan dan Minuman Halal Perintah dari Agama**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	94	94%	470
2.	Setuju	4	6	6%	24
3.	Kurang Setuju	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	494
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,94		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Percaya terhadap Makanan dan Minuman Halal Perintah dari Agama. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 94 orang, yang menyatakan setuju 6 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0 (nol). Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **4,94** dengan artian bahwa responden **Sangat Setuju** mengenai Percaya terhadap Makanan dan Minuman Halal Perintah dari Agama.

Dari tabel juga bisa dijelaskan bahwa Mahasiswa membeli sesuatu produk yang halal karena perintah atau arahan dari nilai-nilai kebaikan yang berasal dari agama sangat menunjukkan nilai yang **Sangat Setuju** yang artinya Mahasiswa masih Meyakini Membeli produk halal Perintah dari Agama yang mana di sini di atur dalam QS: Al-Baqarah Ayat 172 yang Artinya : “ Hai Orang -

orang yang berimanan, Makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya Kamu Menyembah.” Selain itu, Allah juga Berfirman dalam QS : Al- Baqarah Ayat 168 yang Artinya : “ Wahai Manusia ! Makanlah dari( makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, Setan itu Musuh yang nyata bagimu.”

**Tabel 5.6**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Memakan dan Meminum Produk Halal yang Sesuai dengan cara yang di perintahkan sesuai syariat Islam**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	70	70%	350
2.	Setuju	4	30	30%	
3.	Kurang Setuju	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	470
<b>Skor Rata-Rata</b>				4,70	

Sumber data Olahan Kuesioner 2020.

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Memakan dan Meminum Produk Halal yang Sesuai dengan cara yang di perintahkan sesuai syariat Islam. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 70 orang, yang menyatakan setuju 30 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0 (nol). Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,70** dengan artian bahwa responden

**Sangat Setuju** mengenai Memakan dan Meminum Produk Halal yang Sesuai dengan cara yang di perintahkan sesuai syariat Islam.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Mahasiswa membeli sesuatu produk yang halal dengan cara yang di perintahkan oleh agama sangat menunjukkan nilai yang **Sangat Setuju** yang artinya Mahasiswa masih Meyakini dan mengikuti dalam membeli atau mengkonsumsi mengikuti cara yang sesuai ketentuan dalam islam seperti Halal dari Sisi Zat, yaitu sebuah makanan atau minuman yang tergolong halal yang berasal dari hewan atau tumbuhan yang tidak di haramkan, setelah itu cara Memprerolehnya yang tidak mencuri, menipu dan sebagainya, dan cara memproses halal seperti penyembelihan yang harus mengucapkan bismillah dan lain sebagainya.

**Tabel 5.7**

**Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Kita harus Makan dan Minum sesuai dengan ketentuan yang di tetapkan oleh Agama**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	64	64%	320
2.	Setuju	4	36	36%	
3.	Kurang Setuju	3	0	0	
4.	Tidak Setuju	2	0	0	
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	464
<b>Skor Rata-Rata</b>				4,64	

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Kita harus Makan dan Minum sesuai dengan ketentuan yang di tetapkan oleh Agama. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 64 orang, yang menyatakan setuju 36 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0

(nol). Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,64** dengan artian bahwa responden **Sangat Setuju** mengenai Kita harus Makan dan Minum sesuai dengan ketentuan yang di tetapkan oleh Agama.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Mahasiswa Mengkonsumsi sesuatu produk yang halal karena Ketetapan/Ketentuan Agama sangat menunjukkan nilai yang **Sangat Setuju** yang artinya Mahasiswa masih taat dalam ketentuan mengkonsumsi makanan halal itu harus di lakukan yang mana terdapat dalam hadis Nabi SAW yaitu “ Aku telah tinggalkan pada kamu dua perkara. Kamu tidak akan sesat selama berpegang kepada keduanya, (yaitu) Kitab Allah dan Sunnah Rasul-Nya.( Hadist Shahih Lighairihi, H.R.Malik; Al-Hakim, Al-Baihaqi, Ibnu Nashr, Ibnu Hazm. Dishahkan oleh syaikh salim al-Hilali didalam At Ta’zhim wal minnah Fil Intisharis Sunnah, hlm. 12-13 )

**Tabel 5.8**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Sangat Paham dan Mengetahui Membeli Produk Halal**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	14	14%	70
2.	Setuju	4	86	86%	344
3.	Kurang Setuju	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	414
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,14		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Sangat Paham dan Mengetahui Membeli Produk Halal. Dimana responden yang

menyatakan sangat setuju berjumlah 14 orang, yang menyatakan setuju 86 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0 (nol). Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,14** dengan artian bahwa responden **Setuju** mengenai Sangat Paham dan Mengetahui Membeli Produk Halal.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Mahasiswa membeli produk halal karena sangat paham dan mengetahui produk halal sangat menunjukkan nilai yang **Setuju** yang artinya bahwa pengalaman menjadikan mahasiswa agar paham dan mengetahui untuk membeli produk halal karena Pengalaman sangat di butuhkan oleh mahasiswa untuk menjaga makanan dan minuman yang mereka konsumsi karena banyaknya mahasiswa yang Cuma mengikuti trend dalam mengkonsumsi produk yang belum jelas kehalalannya dan yang kadang Cuma karena produk tersebut lagi di gemari banyak orang sehingga sering terjadi memakan makanan yang sebenarnya haram tapi tidak mengetahui karena kurangnya pemahaman pada produk tersebut.

**Tabel 5.9**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang**  
**Pengetahuan sangat penting untuk kita mengetahui apakah itu produk Halal**  
**Atau tidak**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	78	78%	390
2.	Setuju	4	22	22%	88
3.	Kurang Setuju	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	478
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,78		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Pengetahuan sangat penting untuk kita mengetahui apakah itu produk Halal Atau tidak. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 78 orang, yang menyatakan setuju 22 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0 (nol). Yang menyakatan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,78** dengan artian bahwa responden **Sangat Setuju** mengenai Pengetahuan sangat penting untuk kita mengetahui apakah itu produk Halal Atau tidak.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Mahasiswa membeli produk halal sangat penting mengetahui apakah itu halal atau tidak sangat menunjukkan nilai yang sangat **Sangat Setuju** yang artinya Mengkonsumsi Makanan dan Minuman Halal dibutuhkan sebuah pengetahuan agar mahasiswa bisa mengetahui mana yang halal dan haram dari produk yang di konsumsi sebab kita sebagai mahasiswa harus jeli melihat atau mencari tau informasi agar tidak terjadi kesalahan

kesalahan yang terjadi saat mengkonsumsi produk produk yang kita beli atau konsumsi.

**Tabel 5.10**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Norma Religius tentang Celaka Seseorang Bila tidak menjaga Makanan dan Minuman yang di Konsumsi**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	68	32%	340
2.	Setuju	4	32	68%	128
3.	Kurang Setuju	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	468
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,68		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Celaka Seseorang Bila tidak menjaga Makanan dan Minuman yang di Konsumsi. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 68 orang, yang menyatakan setuju 32 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0 (nol). Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **4,68** dengan artian bahwa responden **Sangat Setuju** mengenai Celaka Seseorang Bila tidak menjaga Makanan dan Minuman yang di Konsumsi.

Dari tabel juga bisa dijelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal karena Mengikuti Peringatan Kebaikan sangat menunjukkan nilai yang **Sangat Setuju** yang artinya bahwa mahasiswa sadar adanya konsekuensi ketika tidak mengkonsumsi produk makanan dan minuman halal seperti doa doa yang tidak di kabulkan yang mana terdapat dalam hadits “ Seorang lelaki melakukan

perjalanan jauh rambutnya kusut, mukanya berdebu menengadahkan kedua tanganya ke langit dan mengatakan, “Wahai Rabbku! Wahai Rabbku! Padahal makanannya haram dan mulutnya disuapkan dengan yang haram maka bagaimanakah akan di terimanya doa itu ?” (HR. Muslim)

### 5.3.2. Analisis Pembelian Terhadap Kesehatan

**Tabel 5.11**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Kesehatan tentang Produk Makanan dan Minuman Halal untuk menjaga Kesehatan**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	73	73%	365
2.	Setuju	4	27	27%	108
3.	Kurang Setuju	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	473
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,73		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Produk Makanan dan Minuman Halal untuk menjaga Kesehatan. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 73 orang, yang menyatakan setuju 27 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0 (nol). Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,73** dengan artian bahwa responden **Sangat Setuju** mengenai Produk Makanan dan Minuman Halal untuk menjaga Kesehatan.

Dari tabel dijelaskan bahwa Mahasiswa membeli produk halal karena faktor bermanfaat untuk menjaga kesehatan menunjukkan nilai yang **Sangat Setuju** yang artinya Mahasiswa membeli produk halal sangat peduli untuk menjaga

kesehatandisini menjelaskan bahwa makanan dan minuman sehat baik untuk kesehatan jasmani dan rohani kita untuk menjalani kehidupan.

**Tabel 5.12**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Kesehatan tentang Produk Makanan dan Minuman Halal sangat Mempengaruhi Kesehatan**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	21	21%	105
2.	Setuju	4	77	77%	308
3.	Kurang Setuju	3	2	2%	6
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	419
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,19		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Produk Makanan dan Minuman Halal sangat Mempengaruhi Kesehatan. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 21 orang, yang menyatakan setuju 77 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 2 orang. Yang menyakatan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,19** dengan artian bahwa responden **Setuju** mengenai Produk Makanan dan Minuman Halal sangat Mempengaruhi Kesehatan.

Dari Tabel di atas bisa di jelaskan mahasiswa membeli produk halal mempengaruhi kesehatan menunjukkan **Setuju** berarti bahwa asupan dari produk halal sangat mempengaruhi kesehatan menjelaskan bahwasannya Produk halal yang di konsumsi berfungsi Menjauhi Sumber penyakit, Meningkatkan Sumber tenaga, menjaga hati dan akal, menjaga akhlak, Mendapatkan Ridho Allah dan menuntun kesurga.

**Tabel 5.13**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Kesehatan tentang Selalu**  
**Mengkonsumsi Makanan dan Minuman Halal di banding dengan Produk**  
**yang lainnya**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	21	21%	105
2.	Setuju	4	76	76%	
3.	Kurang Setuju	3	3	3%	9
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	418
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,18		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Selalu Mengkonsumsi Makanan dan Minuman Halal di banding dengan Produk yang lainnya. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 21 orang, yang menyatakan setuju 76 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 3 orang. Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol) , yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **4,18** dengan artian bahwa responden **setuju** mengenai Selalu Mengkonsumsi Makanan dan Minuman Halal di banding dengan Produk yang lainnya.

Dari tabel juga bisa dijelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal karena selalu mengkonsumsi produk halal di banding produk lain menunjukkan nilai yang **Setuju** yang artinya bahwa Mahasiswa antusias akan produk halal untuk di konsumsi karena faktor taat dengan agama dan kesadaran untuk selalu mengkonsumsi menjadi faktor mahasiswa selalu mengkonsumsi Produk halal.

**Tabel 5.14**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Kesehatan tentang Selalu Mengonsumsi Makanan dan Minuman Halal Untuk Kesehatan**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	31	31%	155
2.	Setuju	4	57	57%	228
3.	Kurang Setuju	3	12	12%	36
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	419
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,19		

Sumber data Olahan Kuesioner 2020.

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Selalu Mengonsumsi Makanan dan Minuman Halal Untuk Kesehatan. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 31 orang, yang menyatakan setuju 57 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 12 orang. Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **4,19** dengan artian bahwa responden **Setuju** mengenai Selalu Mengonsumsi Makanan dan Minuman Halal Untuk Kesehatan.

Dari tabel juga bisa dijelaskan bahwa Mahasiswa mengonsumsi produk halal karena untuk menjaga kesehatan menunjukkan nilai yang **Setuju** yang artinya mahasiswa selalu berusaha untuk mengonsumsi produk halal karena sudah seharusnya kita sebagai umat muslim harus selalu berusaha untuk mendapatkan Rezeki yang halal dan baik untuk dikonsumsi agar hidup menjadi lebih baik karena apapun yang dikerjakan dengan baik maka hasilnya baik juga.

### 5.3.3. Analisis Pembelian Terhadap Kualitas Produk

**Tabel 5.15**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang Produk Makanan dan Minuman Halal Bisa Membuat Lebih Sehat dari Produk Lain**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	70	70%	350
2.	Setuju	4	30	30%	
3.	Kurang Setuju	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	470
<b>Skor Rata-Rata</b>					4,70

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Produk Makanan dan Minuman Halal Bisa Membuat Lebih Sehat dari Produk Lain. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 70 orang, yang menyatakan setuju 30 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0 (nol). Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **4,70** dengan artian bahwa responden **Sangat Setuju** mengenai Produk Makanan dan Minuman Halal Bisa Membuat Lebih Sehat dari Produk Lain.

Dari tabel juga bisa dijelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal karena membuat lebih sehat menunjukkan nilai yang **Sangat Setuju** yang artinya produk halal memiliki kualitas yang lebih baik dibanding produk lainnya. Hal ini disebabkan bahwa produk halal itu terhindar dari najis, bangkai, alkohol dan yang membuat produk itu haram.

**Tabel 5.16**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang**  
**Makanan dan Minuman Halal Lebih Baik untuk di konsumsi untuk**  
**Kesehatan**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	20	20%	100
2.	Setuju	4	78	78%	
3.	Kurang Setuju	3	1	1%	3
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	416
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,16		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Makanan dan Minuman Halal Lebih Baik untuk di konsumsi untuk Kesehatan. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 20 orang, yang menyatakan setuju 78 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 1 orang. Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 1 orang. Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **4,16** dengan artian bahwa responden **Setuju** Makanan dan Minuman Halal Lebih Baik untuk di konsumsi untuk Kesehatan.

Dari tabel juga bisa dijelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal karena banyak Kebaikan yg di dapat sangat menunjukkan nilai yang **Setuju** yang artinya sebuah produk halal memiliki banyak keunggulan dari pada produk lainnya karena banyaknya manfaat yang terkandung pada produk halal sehingga bisa dikatakan produk halal bisa menjadi pilihan untuk di konsumsi karena mendatangkan kesehatan bagi yang mengkonsumsinya.

**Tabel 5.17**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang Sekarang**  
**Produk Makanan dan Minuman Halal sangat baik di konsumsi di Jaman**  
**Sekarang**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	18	18%	90
2.	Setuju	4	81	81%	324
3.	Kurang Setuju	3	1	1%	3
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	417
<b>Skor Rata-Rata</b>					4,17

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Sekarang Produk Makanan dan Minuman Halal sangat baik di konsumsi di Jaman Sekarang. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 18 orang, yang menyatakan setuju 81 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 1 orang. Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,17** dengan artian bahwa responden **Setuju** mengenai Sekarang Produk Makanan dan Minuman Halal sangat baik di konsumsi di Jaman Sekarang.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal karena dijamin sekarang produk halal sangat baik menunjukkan nilai yang **Setuju** yang artinya bahwa banyak manfaat yang bisa di rasakan dari produk halal yang di konsumsi hal ini karena dijamin sekarang yang mana kegiatan ekspor dan impor sedang marak dilakukan salah satunya pada produk seperti produk instan yang sering trendnya kalau tidak hati hati bisa jadi bahaya kalau tidak waspada.

**Tabel 5.18**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang Cuma Produk Makanan dan Minuman Halal yang sangat Membantu untuk Memenuhi kebutuhan yang di butuhkan oleh tubuh**

No	Tanggapan Responeden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	21	21%	105
2.	Setuju	4	78	78%	
3.	Kurang Setuju	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju	2	1	1%	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	419
<b>Skor Rata-Rata</b>					4,19

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Cuma Produk Makanan dan Minuman Halal yang sangat Membantu untuk Memenuhi kebutuhan yang di butuhkan oleh tubuh. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 21 orang, yang menyatakan setuju 78 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0 (nol). Yang menyakatan tidak Setuju berjumlah 1 orang , yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,19** dengan artian bahwa responden **Setuju** mengenai Cuma Produk Makanan dan Minuman Halal yang sangat Membantu untuk Memenuhi kebutuhan yang di butuhkan oleh tubuh.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal karena membantu untuk memenuhi kebutuhan tubuh menunjukkan nilai yang **Setuju** yang artinya hanya Produk Halal yang sesuai dalam memenuhi kebutuhan yang tubuh butuhkan karena asupan atau kandungan-kandungan yang terdapat pada produk halal iu sudah pasti memiliki kelebihan dari produk yang di haramkan dalam memenuhi kebutuhan .

**Tabel 5.19**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Kualitas Produk tentang Produk Makanan dan Minuman Halal Sangat Relatif terkait ketahanan**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	32	32%	160
2.	Setuju	4	53	53%	
3.	Kurang Setuju	3	15	15%	45
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	417
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,17		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Produk Makanan dan Minuman Halal Sangat Relatif terkait ketahanan. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 32 orang, yang menyatakan setuju 53 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 15 orang. Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **4,17** dengan artian bahwa responden **Setuju** mengenai Produk Makanan dan Minuman Halal Sangat Relatif terkait ketahanan.

Dari tabel juga bisa dijelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal produk halal relatif akan ketahanan menunjukkan nilai yang **Setuju** yang artinya bahwa produk halal memiliki batas waktu untuk di konsumsi karena produk halal mempunyai limit atau mempunyai batas yang bisa di jadikan indikasi bahwa produk itu aman lagi atau tidak di konsumsi mengingat produk halal juga kadaluarsa.

### 5.3.4. Analisis Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian

**Tabel 5.20**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal dengan Mengetahui terlebih dahulu Informasi dari Produk tersebut**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	86	86%	430
2.	Setuju	4	11	11%	
3.	Kurang Setuju	3	1	1%	
4.	Tidak Setuju	2	1	1%	
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	480
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,80		

Sumber data Olahan Kuesioner 2020.

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal dengan Mengetahui terlebih dahulu Informasi dari Produk tersebut. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 86 orang, yang menyatakan setuju 11 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 1 orang. Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 1 orang. yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 1 orang. Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **4,80** dengan artian bahwa responden **Sangat Setuju** mengenai Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal dengan Mengetahui terlebih dahulu Informasi dari Produk tersebut.

Dalam tabel bisa dijelaskan bahwa mahasiswa dalam membeli produk halal harus mengetahui informasi produk itu terlebih dahulu menunjukkan **Sangat Setuju** yang artinya mahasiswa sadar akan penting informasi yang ada di produk karena banyak di jumpai beberapa kasus yang paling sering yakni tidak adanya label halal atau mengandung zat yang berbahaya maka dari itu penting mencari informasi dulu yang ada di produk jika membelinya.

**Tabel 5.21**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang**  
**Melihat terlebih dahulu desain atau kemasan dari Produk Makanan dan**  
**Minuman Halal dalam Memutuskan Membeli**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	4	4%	20
2.	Setuju	4	26	26%	164
3.	Kurang Setuju	3	67	67%	201
4.	Tidak Setuju	2	3	3%	6
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	331
<b>Skor Rata-Rata</b>			3,31		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Melihat terlebih dahulu desain atau kemasan dari Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Memutuskan Membeli. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 4 orang, yang menyatakan setuju 26 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 67 orang. Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 3 orang, yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **3,31** dengan artian bahwa responden **Kurang Setuju** mengenai Melihat terlebih dahulu desain atau kemasan dari Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Memutuskan Membeli.

Dari tabel juga bisa dijelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal karena melihat desain atau kemasan dalam membeli menunjukkan nilai yang **Kurang Setuju** yang artinya bahwa desain atau kemasan tidak terlalu menjadi faktor untuk menentukan apakah itu halal atau tidak dan lagi mahasiswa jangan sampai terlena karena tampilan dari suatu produk, karena jaman sekarang banyaknya produk yang terlihat bagus tapi isinya mengandung hal tidak baik jika dikonsumsi.

**Tabel 5.22**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang**  
**Membeli Produk Halal dengan Brand Tertentu**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	7	7%	35
2.	Setuju	4	22	22%	88
3.	Kurang Setuju	3	68	68%	204
4.	Tidak Setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	332
<b>Skor Rata-Rata</b>			3,32		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Membeli Produk Halal dengan Brand Tertentu. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 7 orang, yang menyatakan setuju 22 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 68 orang. Yang menyakatan tidak Setuju berjumlah 2 orang. yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 1 orang. Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **3,32** dengan artian bahwa responden **Kurang Setuju** mengenai Membeli Produk Halal dengan Brand Tertentu.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Mahasiswa membeli produk halal karena Brand tertentu menunjukan nilai yang **Kurang Setuju** yang artinya bahwasannya setiap brand tidak menjamin kehalalan suatu produk sering sekali mahasiswa membeli brand brand tertentu seperti makanan yang berasal khas luar negeri yang kadang pembuatannya tidak sesuai cara yang di ajarkan islam itu sendiri, dan banyaknya sekarang karena brand tersebut trend maka berbondong-bondong untuk membeli padahal belum tentu itu halal.

**Tabel 5.23**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang**  
**Memutuskan Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal karena**  
**Kepuasan layanan yang di rasakan**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	16	16%	80
2.	Setuju	4	30	30%	120
3.	Kurang Setuju	3	27	27%	81
4.	Tidak Setuju	2	27	27%	54
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	335
<b>Skor Rata-Rata</b>			3,35		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Memutuskan Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal karena Kepuasan layanan yang di rasakan. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 16 orang, yang menyatakan setuju 30 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 27 orang. Yang menyakatan tidak Setuju berjumlah 27 orang. yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 0 (nol). Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **3,35** dengan artian bahwa responden **Kurang Setuju** mengenai Memutuskan Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal karena Kepuasan layanan yang di rasakan.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal karena Kepuasan Layanan yang di rasa menunjukkan nilai yang **Kurang Setuju** yang artinya karena tidak ada faktor layanan yang di berikan dalam menentukan apakah itu produk halal atau tidak, seperti kadang seseorang membeli karena beralasan pelayanannya baik sehingga tanpa mengetahui porduk itu halal langsung membeli.

**Tabel 5.24**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang**  
**Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal Karena sangat mudah di**  
**Cari**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	25	25%	125
2.	Setuju	4	71	71%	284
3.	Kurang Setuju	3	3	3%	9
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	419
<b>Skor Rata-Rata</b>			4,19		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa di simpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal Karena sangat mudah di Cari. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 25 orang, yang menyatakan setuju 71 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 3 orang. Yang menyakatan tidak Setuju berjumlah 0 (nol). yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 1 orang. Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,19** dengan artian bahwa responden **Setuju** mengenai Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal Karena sangat mudah di Cari.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal Karana mudah di cari menunjukkan nilai yang **Setuju** yang artinya karena masih mudah untuk mencari produk halal di lingkungan sekarang atau di saat sekarang karena sekarang di jaman era digital yang mudah mendapatkan produk halal yang bisa di konsumsi.

**Tabel 5.25**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang**  
**Membeli Produk Halal untuk Waktu tertentu saja**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	0	0	0
2.	Setuju	4	0	0	0
3.	Kurang Setuju	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju	2	16	16%	32
5.	Sangat Tidak Setuju	1	84	84%	84
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	116
<b>Skor Rata-Rata</b>			1,16		

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Membeli Produk Halal untuk Waktu tertentu saja. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 0 (nol), yang menyatakan setuju 0 (nol), yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 0 (nol). Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 16 orang, yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 84 orang. Maka bisa disimpulkan, rata-rata persentase responden **1,16** dengan artian bahwa responden **Sangat Tidak Setuju** mengenai Membeli Produk Halal untuk Waktu tertentu saja.

Dari tabel juga bisa dijelaskan bahwa Mahasiswa mengkonsumsi produk halal dalam waktu tertentu saja menunjukkan nilai yang **Sangat Tidak Setuju** yang artinya karena dalam mengkonsumsi produk halal harus setiap saat dan setiap waktu kecuali dengan keadaan darurat karena itu semua di atur dalam QS. Al- Baqarah:173 dan QS. Al- An'am: 119.

**Tabel 5.26**  
**Tanggapan Responden pada Indikator Keputusan Pembelian tentang**  
**Sangat Mudah dalam bertransaksi untuk Mendapatkan Produk**  
**makanan dan minuman Halal**

No	Tanggapan Responden	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1.	Sangat Setuju	5	87	87%	435
2.	Setuju	4	5	5%	20
3.	Kurang Setuju	3	5	5%	15
4.	Tidak Setuju	2	2	2%	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
<b>Jumlah Skor</b>			100	100%	475
<b>Skor Rata-Rata</b>				4,75	

*Sumber data Olahan Kuesioner 2020.*

Dari tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Sangat Mudah dalam bertransaksi untuk Mendapatkan Produk makanan dan minuman Halal. Dimana responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 87 orang, yang menyatakan setuju 5 orang, yang menyatakan kurang setuju itu sejumlah 5 orang. Yang menyatakan tidak Setuju berjumlah 2 orang. yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 1 orang. Maka bisa di simpulkan, rata-rata persentase responden **4,75** dengan artian bahwa responden **Sangat Setuju** mengenai Sangat Mudah bertaksaksi untuk Mendapatkan Produk makanan dan minuman Halal.

Dari tabel juga bisa di jelaskan bahwa Produk halal itu mudah dalam mendapatkannyamenunjukkan nilai yang **Sangat Setuju** yang artinya sangat mudah mendapatkan atau bertransaksi dalam mendapatkan produk halal.

#### 5.4. Rekapitulasi Tanggapan Responden

Setelah Meneliti dan Melihat Satu Persatu dari Seluruh jawaban dari Hasil Kuesioner yang di sebarakan kepada 75 Responden maka Peneliti Akan Membuat Rekapitulasi atas Keseluruhan dari Jawaban Kuesioner. Berikut Merupakan Keseluruhan dari tanggapan responden tentang minat konsumen mengkonsumsi Makanan dan Minuman Halal di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

**Tabel 5.27**  
**Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian**

No	Pernyataan	Skor Rata - Rata	Keterangan
1.	<b>Norma Religius</b>		
	Percaya Terhadap Makanan dan Minuman Halal Perintah dari agama	4,94	Sangat Setuju
	Memakan dan Meminum Produk Halal yang Sesuai dengan Cara yang di Perintahkan sesuai syariat Islam	4,70	Sangat Setuju
	Kita Harus Makan dan Minum sesuai dengan ketentuan yang di tetapkan oleh agama	4,64	Sangat Setuju
	Sangat Paham dan Mengetahui membeli produk halal	4,14	Setuju
	Pengetahuan Sangat Penting Untuk Kita Mengetahui Apakah Itu Produk Halal Atau Tidak	4,78	Sangat Setuju
	Celaka Seseorang Bila tidak Menjaga Makanan dan Minuman yang dia Konsumsi	4,68	Sangat Setuju
	<b>Total Skor Rata – Rata</b>	<b>27,88</b>	
	<b>Jumlah</b>	$\frac{27,88}{6} \times 100 \% = 4,64$ (Sangat Setuju )	
No	Pernyataan	Skor Rata - Rata	Keterangan
2.	<b>Kesehatan</b>		
	Membeli Makanan dan Minuman Halal Untuk Menjaga Kesehatan	4,73	Sangat setuju
	Produk Makanan dan Minuman Halal Sangat Mempengaruhi Kesehatan	4,19	Setuju

	Selalu Mengonsumsi Makanan dan Minuman Halal di banding dengan Produk yang lainnya	4,18	Setuju
	Selalu Mengonsumsi Makanan dan Minumann Halal Untuk Kesehatan	4,19	Setuju
	<b>Total Skor Rata – Rata</b>	<b>17,29</b>	
	<b>Jumlah</b>	$\frac{17,29}{4} \times 100 \% = 4,32$ (Sangat Setuju )	
No	Pernyataan	Skor Rata - Rata	Keterangan
3.	<b>Kualitas Produk</b>		
	Produk Makanan dan Minuman Halal bisa membuat lebih sehat dari Produk lain	4,70	Sangat Setuju
	Makanan dan Minuman Halal Lebih Baik untuk di Konsumsi untuk kesehatan	4,16	Setuju
	Sekarang Produk Makanan dan Minuman Halal Sangat Baik di Konsumsi di Jaman Sekarang	4,17	Setuju
	Cuma Produk Makanan dan Minuman Halal yang sangat Membantu untuk memenuhi Kebutuhan yang dibutuhkan Oleh Tubuh	4,19	Setuju
	Produk Makanan dan Minuman Halal sangat relatif terkait ketahanan	4,17	Setuju
	<b>Total Skor Rata – Rata</b>	<b>21,39</b>	
	<b>Jumlah</b>	$\frac{21,39}{5} \times 100 \% = 4,27$ (Sangat Setuju )	
No	Pernyataan	Skor Rata - Rata	Keterangan
4.	<b>Keputusan Pembelian</b>		
	Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal dengan mengetahui terlebih dahulu Informasi dari Produk tersebut	4,80	Sangat Setuju
	Melihat Terlebih dahulu Desain atau Kemasan dari Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Memustuskan Membeli	3,31	Kurang Setuju
	Membeli Produk Halal dengan brand tertentu	3,32	Kurang Setuju
	Memutuskan Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal karena Kepuasan Layanan yang di rasakan	3,35	Kurang Setuju
	Membeli Produk Makanan dan Minuman Halal Karena Sangat Mudah di cari	4,19	Setuju
	Membeli Produk Halal untuk waktu tertentu saja	1,16	Sangat Tidak Setuju
	Sangat mudah Mendapatkan Produk Makanan dan Minuman Halal	4,75	Sangat Setuju
	<b>Total Skor Rata – Rata</b>	<b>24,88</b>	
	<b>Jumlah</b>	$\frac{24,88}{7} \times 100 \% = 3,55$ (Setuju)	

	<b>Total Rata- Rata Keseluruhan</b>	$\frac{91,44}{22} \times 100 \% = 4,15$ ( Setuju )
--	-------------------------------------	--

Sumber : Data Olahan ,2020

Berdasarkan Hasil Tanggapan dari Responden di Ketahui nilai tertinggi dengan skor rata-rata 4,94 Pada Pernyataan Percaya Terhadap Makanan dan Minuman Halal Perintah dari Agama . Sedangkan Nilai Terendah yakni memiliki nilai Skor Rata-Rata 1,16 pada pernyataan Membeli Produk Halal untuk waktu tertentu saja.

Dari Tabel 5.27 bisa dilihat Hasil seluruh penjumlahan rata-rata pernyataan dari indikator-indikator Keputusan Pembelian dengan Nilai rata-rata keseluruhan dari setiap indikator yaitu yakni sebesar 4.15 yaitu di posisi Setuju. Dengan Demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa Keputusan Pembelian Mengonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau adalah Setuju Karena Berada di titik 3,40 – 4,19. Yang artinya Responden menyatakan bahwa konsumen Setuju atau mempunyai keinginan untuk Mengonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal.

## 5.5. Pembahasan

Hasil Rekapitulasi dari hasil penelitian dan pembahasan daritanggapan responden dalam mengkonsumsi makanan dan minuman halal berada pada kategori Setuju. Artinya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau mempunyai keinginan untuk membeli atau mengkonsumsi produk makanan dan minuman halal.

Berdasarkan dari nilai Rata-Rata penilaian mahasiswa terhadap keputusan pembelian atau mengkonsumsi produk makanan dan minuman halal yang mana masing-masing indikator, diketahui bahwa nilai skor rata-rata terendah dari pernyataan Membeli Produk Halal untuk waktu tertentu saja yakni memiliki nilai skor rata-rata 1,16. Hal ini di sebabkan karena membeli produk halal harus setiap saat, karena sebagai orang muslim atau beragama islam kita harus setiap waktu mengkonsumsi Produk makanan dan minuman halal, sedangkan indikator dengan nilai tertinggi adalah dari pernyataan Percaya Terhadap Makanan dan Minuman Halal Perintah dari Agama dengan memiliki nilai skor rata- rata 4,94. Hal ini karena sebagaimana di jelaskan bahwa kita sebagai hamba yang beriman harus meyakini bahwasannya di dalam agama sudah jelas di atur tentang apa saja yang kita harus makan dan minum.

Tabel 5.27 bisa dilihat seluruh hasil penjumlahan rata-rata pernyataan indikator keputusan pembelian dengan nilai rata-rata keseluruhan dari setiap indikator yaitu sebesar 4,15 dan berada di Kategori Setuju. Maka dapat di simpulkan dari hasil rekapitulasi seluruh tanggapan responden menunjukkan bahwa

keputusan pembelian mengkonsumsi produk makanan dan minuman halal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau seluruhnya mendapatkan penilaian baik dan masuk kategori setuju, karena berada diantara titik 3,40 – 4,19, yang memiliki arti Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Sudah Memprioritaskan dan meyakini untuk mengkonsumsi makanan dan minuman Halal dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat di tarik kesimpulan, tentang analisis keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau terhadap mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal yang berlangsung dengan jumlah responden 100 orang adalah 100% Mahasiswa yang Aktif di Fakultas Ekonomi UIR( Universitas Islam Riau ). Responden laki-laki sebesar 43% dan Jumlah Responden Perempuan sebesar 57%. Dan Responden sebesar 57% adalah berusia 21 tahun. Kemudian, Responden dengan jumlah sebesar 56% adalah responden dari jurusan Manajemen. Dan ini artinya responden yang mendominasi berasal dari kalangan Mahasiswa manajemen karena 56% adalah dari jurusan manajemen. Adapun kesimpulannya yakni:

Kesimpulan Keputusan Pembelian menunjukkan nilai Puas, dengan hasil skor rata-rata keseluruhan indikator penilaian tersebut terletak di antara 3,40 – 4,19. Dengan rincian sebagai berikut:

- Keputusan Pembelian Terhadap Norma Religius yaitu Sangat Setuju, dengan hasil penilaian sebesar 4,64 yang terletak pada interval 4,20 – 5,00.
- Keputusan Pembelian Terhadap Kesehatan yaitu Sangat Setuju, dengan hasil penilaian sebesar 4,32 yang terletak pada interval 4,20 – 5,00.

- Keputusan Pembelian Terhadap Kualitas Produk yaitu Sangat Setuju, dengan hasil penilaian sebesar 4,27 yang terletak pada interval 4,20 – 5,00.
- Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian yaitu Setuju, dengan hasil penilaian sebesar 3,55 yang terletak pada interval 3,40 – 4,19.

## 6.2 Saran

Dari hasil Penelitian yang peneliti lakukan , peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa di sarankan untuk lebih teliti lagi dalam membeli produk yang ingin di konsumsi, dan juga lebih mencari tau terlebih dahulu informasi dari produk yang ingin di konsumsi apakah itu mengandung zat yang berbahaya atau zat haram dan lain sebagainya.
2. Bagi Penulis Selanjutnya sebainya menambah variabel-variabel lainya selain norma religius, kesehatan,dan kualitas produk untuk melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk makanan dan minuman halal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allport, Gordon W. and Michael J. Ross. 1967. *Personal religious orientation and prejudice. Journal of Personality and Social Psychology* 5(4):432–43.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ariyoto, K. 2001. *Prinsip-prinsip manajemen operasi*. Jakarta : Salemba Empat
- Bonne, K., Irish Vermeir, dan Florence, W.V., 2007. *Determinants of Halal Meat Consumption in France*. *British Food Journal*, 109 (5): 367-386.
- Budiman, Sukesti, 2014. *The Influence Halal Label And Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia* (05 April 2016).
- Djaali. 2008. *Skala Likert*. Jakarta: Pustaka Utama
- Gaspersz , V. 2008. *Total Quality Management*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Husain R, Ghani IA, Mohammad AF, and Mehad S. *Current Practices among Halal Cosmetics Manufacturers in Malaysia*. *Journal of Statistical Modeling and Analytic* Vol. 3 No. 1, 2012 pp. 46-51.
- Issa, ZM., H. Hamdan, WRW. Muda and K. Jusoff . 2009. *Practices of Food Producers in Producing Halal Food Products in Malaysia*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1 (7): 53-63.
- Kerlinger, F. N. 2000. *Foundation of behavioral research* (4th Ed). New York: Holt, Rinehart & Winston
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Hendra Teguh, Ronny A. Ruslidan Benyamin Molan Jilid I, Edisi Milenium. Jakarta : Prehalindo Feigenbaum, Vallin, Armand.; “Total Quality Control

”, Third Edition, MC Graw–Hill Book Company., New York, 1986

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Jakarta. Erlangga

Lada, S., Tanakinjal, G. H., & Amin, H. 2009. *Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action*. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 2(1), 66–76

Malhotra. 2007. *Marketing Research An Applied Orientation*. International Edition. Pearson.

Menouar, E. Y. & Stiftung, B. (2014). *The Five Dimensions of Muslim Religiosity : Results of an Empirical Study*. Methods, Data, Analyses Journal, 8 (1), 53-78. doi: 10.12758/mda.2014.003.

Michaelidou, N. and LM. Hassan. 2008. *The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions towards Organic Food*. International Journal of Consumer Studies. 32: 163–170

Nasution. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Anggota IKPI. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Potter, Perry. 2019. *Fundamentals of Nursing 9th edition*.

Prem, S.Kumar. 2013. *Model For predicting Consumer Purchase Decision Using Demographic Variables With Reference To Midsized Car*. Asia Pasific Journal of Research. 2(8): 163-169.

Rahim, A, Nazahah.. 2012. *The Halal Product Acceptance Model For The Religious Society*. Business & Management Quarterly Review Vol. 3, pp, 17-25.

- Rangluti, R. 2010. *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (snack merek Chitato) pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, diperoleh pada 6 Maret 2012 di: <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/20635>.
- Sahlan, Asmaun. 2012. *Religiusitas Perguruan Tinggi Potret Pengembangan Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. Malang: UIN Maliki Press.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2010. *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Shafie S, Othman N Md. 2006. *Halal Certification: an international marketing issues and challenges*. [http://www.ctwcongress.de/ifsam/download/track\\_13/pap00226.pdf](http://www.ctwcongress.de/ifsam/download/track_13/pap00226.pdf). diakses pada 14 November 2009.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 1981. *Menejemen Penjualan*, Yogyakarta: Ananda
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.
- Tony, M. Nawawi. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal Di Jakarta*. Jakarta : LPPI-Untar.
- Vitell, S.J., Bing, M.N., Davison, H.K. et al. 2009. *Religiosity and Moral Identity: The Mediating Role of Self-Control*. *J Bus Ethics* 88, 601–613.