

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM

**PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KEMASAN
BERLABEL HALAL PADA MASYARAKAT MUSLIM DI PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Sebagai Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau*



OLEH :

SUCLSAFETRI

162310081

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2021

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Suci Safitri

Npm : 162310081

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Agama Islam

Judul Skripsi : "Pengaruh Pemahaman Label Halal Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan Berlabel Halal Pada Masyarakat Muslim Di Pekanbaru"

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar adalah hasil karya saya sendiri dan dapat di pertanggung jawabkan apabila di kemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah plagiat dari orang dan saya bersedia ijazah saya di cabut oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru, 22 Desember 2020

Yang Membuat Pernyataan



Suci Safitri

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamua'laikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur tak akan pernah terhenti penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Sholawat beserta salam tidak lupa penulis haturkan kepada Baginda Nabi Besar kita yakni Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua mampu meneladani akhlak beliau sehingga pantas untuk mendapatkan syafaat dari-Nya di hari kiamat kelak.

Dapat dipahami dalam membeli suatu produk makanan kemasan, ada di antara masyarakat yang membeli suatu produk makanan kemasan dengan hanya memperhatikan label halal saja, tanpa memperhatikan komposisi bahan baku yang digunakan dalam membuat produk tersebut. Kemudian ada pula di antara masyarakat yang dalam membeli suatu produk tidak hanya memperhatikan ada atau tidaknya label halal, akan tetapi lebih memperhatikan komposisi bahan-bahan baku yang digunakan dalam membuat produk tersebut. Padahal untuk memproduksi suatu produk tidak hanya berdasarkan bahan bakunya saja tetapi juga dimulai dari tata cara produksi, bahan-bahan tambahan yang digunakan ataupun unsur-unsur lainnya yang menyertai produksi produk

tersebut juga harus halal. Masyarakat muslim harus membeli produk makanan yang memiliki atau mencantumkan label halal MUI pada kemasan produknya. Karena, masyarakat muslim adalah pihak yang dirugikan apabila suatu produk tidak halal atau diragukan kehalalannya. Dalam ajaran Islam juga sudah di jelaskan bahwa masyarakat muslim tidak diperkenankan untuk mengkonsumsi produk-produk yang tidak jelas kehalalannya

Dalam penulisan skripsi ini, tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang dialami penulis. Terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan wawasan menjadi hambatan terbesar dalam penulisan skripsi ini. Tetapi berkat kerja keras, optimisme dan dukungan dari semua pihak, akhirnya penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal pada Masyarakat Muslim Di Pekanbaru”**.

Dalam penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya dukungan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Bapak Dr. Zulkifli, MM., ME., Sy.

3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Bapak Muhammad Arif, SE, MM.
4. Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan dan karyawan Tata Usaha yang banyak membantu dalam menyelesaikan segala urusan administrasi.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses menyelesaikan penulisan skripsi ini. Saran dan kritik yang membangun penulis harapkan agar dapat memberikan manfaat dan kemajuan bagi peningkatan penulis dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermamfaat bagi pihak lain yang berkepentingan.

Pekanbaru, 03 Desember 2020
Penulis

Suci Safitri
162310081

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	12
C. Perumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	14
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Perilaku Konsumen.....	16
1. Pengertian Perilaku Konsumen	16
2. Model Perilaku Konsumen	17
B. Pengaruh Agama Terhadap Perilaku Konsumen	18
C. Pemahaman Label Halal	20
1. Pemahaman	20

2. Sertifikasi Halal	21
3. Label Halal	25
4. Pemahaman Label Halal	30
D. Faktor Sosial	31
1. Kelompok Acuan	31
2. Keluarga	32
3. Peran dan Status	33
E. Keputusan Pembelian	33
1. Pengertian Keputusan Pembelian	33
2. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	34
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	35
F. Makanan Kemasan	36
G. Tinjauan Penelitian yang Relevan	38
H. Pengaruh Pemahaman Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	41
I. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	41
J. Variabel Operasional	42
K. Kerangka Berfikir	43
L. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Waktu dan Tempat Penelitian	47
C. Subjek dan Objek Penelitian	47
D. Populasi dan Sampel	48

1. Populasi	48
2. Sampel	48
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	51
1. Sumber Data	51
2. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Metode Pengolahan Data	53
G. Metode Analisis Data	54
H. Uji Coba Instrumen	55
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	55
I. Teknik Analisis Data	56
1. Analisis Deskriptif	56
2. Analisis Inferensial	56
3. Uji Asumsi Klasik	56
a. Pengujian Persyaratan Analisis	57
1) Uji Normalitas	57
2) Uji Linieritas	57
3) Uji Multikolinieritas	58
4) Uji Heteroskedastisitas	58
b. Uji Hipotesis	59
1) Uji Parsial (Uji-t)	60
2) Uji Simultan (Uji-F)	61
3) Koefisien Korelasi	62

4) Mencari Koefisien Determinasi(R^2)	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	64
1. Sejarah Singkat Kota Pekanbaru	64
2. Pekanbaru Sebagai Ibu Kota Provinsi Riau	67
3. Administrasi Pemerintah Kota Pekanbaru	69
4. Visi dan Misi Kota Pekanbaru	69
B. Karakteristik Responden	78
1. Data Jenis Kelamin Responden	78
2. Data Usia Responden	79
3. Data Kecamatan Responden	80
C. Analisis Deskriptif	81
1. Pemahaman Label Halal	81
2. Faktor Sosial	83
3. Keputusan Pembelian	85
D. Uji Coba Instrumen	87
1. Uji Validitas	87
2. Uji Reliabilitas	90
E. Uji Asumsi Klasik	92
1. Uji Normalitas	92
2. Uji Linieritas	93
3. Uji Multikolinieritas	94
4. Uji Heteroskedasitas	95

F. Uji Hipotesis	96
a. Analisis Regresi Linier Berganda	96
b. Uji Parsial (Uji-t)	98
c. Uji Simultan (Uji-F)	100
d. Koefisien Korelasi	101
e. Mencari Koefisien Determinasi (R^2)	102
G. Pembahasan Hasil Penelitian	103
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	108
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

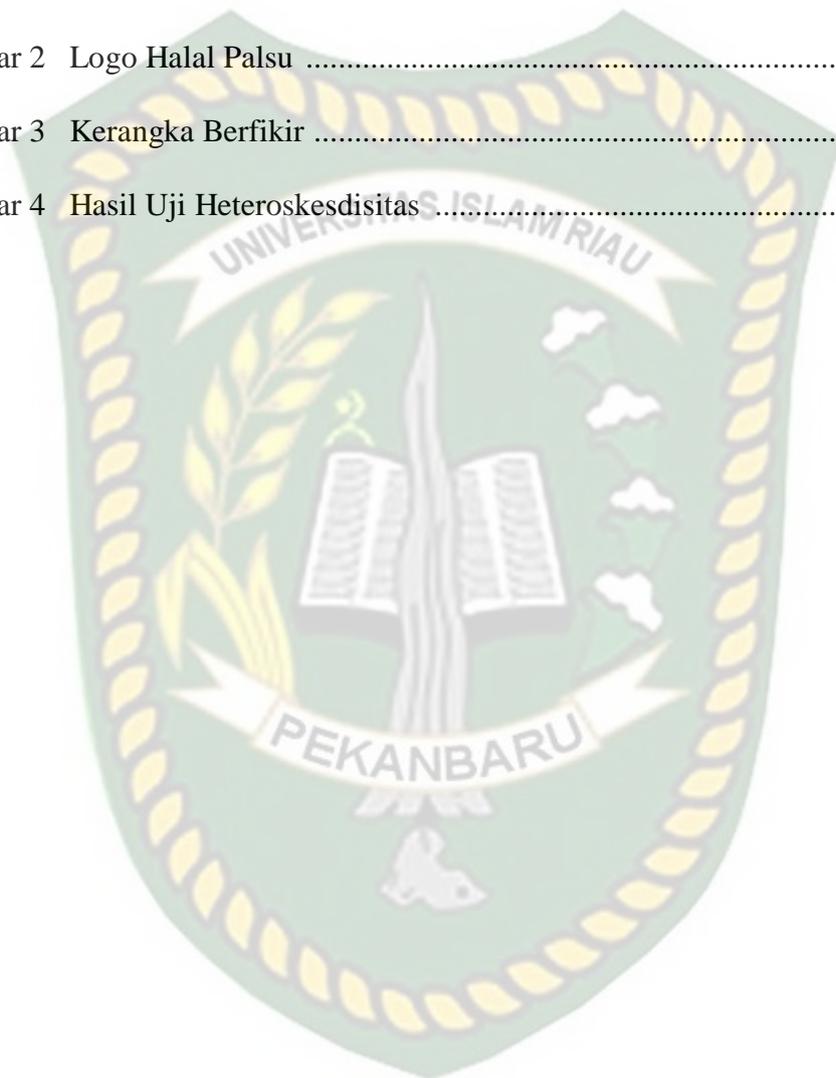
Tabel 1	Model Perilaku Pembelian	17
Table 2	Variabel Operasional	42
Table 3	Waktu Penelitian	47
Table 4	Ukuran Sampel Perkecamatan di Kota Pekanbaru.....	51
Tabel 5	Skala Likert Beserta Skornya	54
Tabel 6	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	63
Tabel 7	Data Jenis Kelamin Responden	78
Tabel 8	Data Usia Responden	79
Tabel 9	Data Responden Per-Kecamatan.....	80
Tabel 10	Tanggapan Responden mengenai Pemahaman Label Halal ...	81
Tabel 11	Tanggapan Responden mengenai Faktor Sosial	83
Tabel 12	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 13	Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Label Halal	87
Tabel 14	Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial	88
Tabel 15	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	89
Tabel 16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemahaman Label Halal	91
Tabel 17	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Sosial	91
Tabel 18	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	91
Tabel 19	Hasil Uji Normalitas.....	92
Tabel 20	Hasil Uji Linieritas Variabel Pemahaman Label Halal	93
Tabel 21	Hasil Uji Linieritas Variabel Faktor Sosial	94

Tabel 22	Hasil Uji Multikolinieritas	95
Tabel 23	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	97
Tabel 24	Hasil Uji Parsial (Uji-t)	98
Tabel 25	Hasil Uji Simultan (Uji-F)	100
Tabel 26	Hasil Koefisien Korelasi Pemahaman Label Halal	101
Tabel 27	Hasil Koefisien Korelasi Faktor Sosial	102
Tabel 28	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Label Halal Resmi MUI	28
Gambar 2	Logo Halal Palsu	29
Gambar 3	Kerangka Berfikir	44
Gambar 4	Hasil Uji Heteroskedisitas	96



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Penetapan Dosen Pembimbing
- Lampiran 2 Surat Riset Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru
- Lampiran 3 Surat Balasan Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru
- Lampiran 4 Surat Permohonan Riset Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekanbaru
- Lampiran 5 Surat Balasan Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekanbaru
- Lampiran 5 Angket
- Lampiran 6 Tabulasi Data
- Lampiran 7 Uji Coba Intrumen
- Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Uji Hipotesis
- Lampiran 10 Dokumentasi
- Lampiran 11 Surat Pernyataan Tidak Plagiat

ABSTRAK

PENGARUH PEMAHAMAN LABEL HALAL DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL PADA MASYARAKAT MUSLIM DI PEKANBARU

Suci Safitri
162310081

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) yaitu pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap variabel dependen (terikat) yakni keputusan pembelian. Subjek penelitian ini adalah masyarakat kota Pekanbaru, sementara objek dalam penelitian ini adalah pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas (sebab-akibat) dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini 100 orang, teknik pengambilan data sampel yang digunakan yakni teknik Proportionate Stratified Random Sampling, yaitu pengambilan sampel dari populasi penduduk. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah angket dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji heteroskedisitas, regresi linier berganda, uji hipotesis dengan uji-t, uji-F koefisien korelasi dan koefisien determinasi, dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 22.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman label halal memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal dibandingkan dengan variabel faktor sosial.

Kata Kunci: Pemahaman Label Halal, Faktor Sosial, Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar dunia. Berdasarkan data yang dilansir oleh *The Pew Forum on Religion & Public Life*, penganut agama Islam di Indonesia pada tahun 2019 sebesar 207,2 juta jiwa atau 87,2% dari total penduduk. Jumlah tersebut merupakan 13,1% dari seluruh umat Muslim di dunia. (www.indonesia-investments.com)

Populasi yang demikian besar dari Umat Islam di Indonesia, menjadi pasar yang demikian potensial untuk dimasuki oleh para produsen makanan. Hal ini tentu akan menjadi fenomena yang patut diperhatikan oleh para pemasar di Indonesia dalam rangka meningkatkan penjualan produk mereka.

Namun, dalam ajaran Islam seorang Muslim tidak di perkenankan memakan sesuatu kecuali yang halal lagi baik (*thayyib*). Para ulama menafsirkan *thayyib* (baik) sebagai makanan bergizi sesuai standar Ilmu kesehatan. Menurut Yusuf Al-Qardhawi, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi dalam berkonsumsi, di antaranya: konsumsi pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran. Terdapat perintah Allah SWT mengenai mengkonsumsi makanan yang halal dan melarangan mengkonsumsi makanan yang haram. Perintah tersebut terdapat dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 168:

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

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan. Karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu. (Depertemen Agama RI, 2004:25)

Ayat diatas mengandung makna bahwa memakan makanan yang halal dan baik itu merupakan dua kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, yang berarti makanan itu harus halal baik dari segi syariahnya maupun baik dari segi kesehatan, gizi, bahan-bahan yang di gunakan, zat pengawet yang terkandung di dalamnya dan lain-lain.

Rasulullah SAW melarang dan bahkan melaknat orang-orang yang terlibat dalam bisnis yang mengandung unsur riba baik yang mengkonsumsi, yang mewakili, yang menyaksikan, ataupun yang mencatat keuangan dan aktivitas riba itu (Idri, 2015 : 104). Dalam sebuah hadits riwayat ‘Abdullah ibn Mas’ud dijelaskan sebagai berikut:

لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرَّبَا وَمُوكِلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدِيهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

Artinya: "Rasulullah SAW melaknat pemakan riba (rentenir), penyeter riba (nasabah yang meminjam), penulis transaksi riba (sekretaris) dan dua saksi yang menyaksikan transaksi riba". Beliau berkata, “Semuanya sama dalam dosa.” (HR. Muslim).

Dalam Sistem Ekonomi Islam, individu bisa membuat keputusan sendiri untuk memenuhi kehendaknya akan tetapi tunduk kepada nilai-nilai agama dan batas-batas peraturan syariat Islam. Pemerintah akan berperan sebagai pihak pengawas untuk memastikan bahwa peraturan dilaksanakan. Jadi pengawasan yang bisa berperan dalam Sistem Ekonomi Islam ialah nilai agama dalam diri

setiap individu dan pihak pemerintah. Ketakwaan individu sebenarnya adalah pengawas yang paling berkesan untuk menghalangi terjadinya pelanggaran peraturan. (Bakhri, Vol. 8, No. 1, 2011:46)

Pemahaman masyarakat semakin baik tentang agama akan membuat konsumen muslim menjadi semakin selektif dalam memilih suatu produk yang akan mereka konsumsi. Khususnya di Indonesia, konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk meneliti, mengkaji menganalisis dan memutuskan apakah produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim aman untuk mereka konsumsi. Lembaga ini adalah Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Lembaga ini bertugas untuk mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal pada produknya, sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal dapat memberikan atau mencantumkan label halal di produknya.

Pemberian label halal sebenarnya masuk ke dalam strategi pemasaran dari sebuah produk agar lebih memiliki kepercayaan di kalangan masyarakat. Setiap produsen tentu memiliki target konsumennya sendiri. Melihat mayoritas orang Indonesia beragama Islam, tidak heran jika banyak konsumen yang berlomba-lomba memiliki sertifikat halal pada produknya. Meski yang sering ditemui di lapangan sangat jarang konsumen (terutama anak muda) yang mengecek atau melihat ada tidaknya sertifikat label halal pada kemasan produk makanan atau minuman yang dibelinya.

Saat ini, khususnya masyarakat muslim Indonesia masih banyak yang tidak peduli dan menganggap enteng bahkan cenderung meremehkan kehalalan suatu produk makanan yang dikonsumsi. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat muslim, yang menyebabkan kurangnya kesadaran serta ketidakpedulian mereka terhadap produk yang dikonsumsi. Jika masyarakat paham tentang label halal resmi dan yang bukan, maka mereka akan terhindar dari makanan haram atau subhat.

Setiap konsumen yang akan membeli suatu produk makanan yang akan mereka konsumsi harus lebih berhati-hati lagi agar mereka terhindar dari hal-hal yang tidak mereka inginkan. Selain itu, upaya yang paling utama bagi seorang konsumen sebelum melakukan pembelian ialah terlebih dahulu melihat kemasan dan label halalnya. Label yang ada di kemasan suatu produk makanan bukanlah sekedar hiasan saja. Akan tetapi dari sebuah label tersebut, konsumen yang membeli suatu produk makanan akan memahami banyak hal tentang produk yang akan mereka konsumsi. Hal tersebut merupakan keuntungan yang bermanfaat untuk konsumen itu sendiri. Jika mereka memahami tentang cara membaca label pada produk yang akan mereka beli, mereka tidak akan terjebak pada hal-hal yang menyesatkan mereka, melainkan mereka akan terhindar dari hal tersebut.

Produk halal sudah menjadi tren saat ini. Bahkan Indonesia memiliki impian jadi pusat produk halal dunia. Tahun ini, LPPOM MUI kembali memberikan Halal Award 2019 bertepatan dengan di selenggarakannya

Indonesia Halal Expo (Indhex) 2019. Berikut ini daftar kategori halal top brand yang mendapat penghargaan Halal Award 2019: (www.suaraislam.id)

1. Khong Guan untuk kategori Biskuit
2. Chitato untuk kategori Makanan Ringan
3. Aqua untuk kategori Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)
4. Kapal Api untuk kategori Kopi Bubuk
5. Sinar Dunia untuk kategori Kertas dan Bahan Kertas
6. Joyoboyo untuk kategori Plastik kemasan
7. Mentos untuk kategori Permen
8. Bango untuk kategori Kecap
9. Fiesta untuk kategori Sosis
10. ABC untuk kategori Sarden
11. Frisian Flag untuk kategori Susu
12. Milna untuk kategori Makanan Bayi
13. Segitiga Biru untuk kategori Terigu
14. Sari Roti untuk kategori Bakery
15. Silverqueen untuk kategori Cokelat
16. Nutella untuk kategori Selai dan Jelly
17. Royco untuk kategori Penyedap Rasa
18. Gulaku untuk kategori Gula
19. Tolak Angin untuk kategori Jamu
20. Natur E untuk kategori Obat dan Suplemen
21. Pepsodent untuk kategori Pasta Gigi

22. Wardah untuk kategori Sampo dan Perawatan Rambut
23. Maxim untuk kategori Barang Gunaan
24. Rinso untuk kategori Sabun Deterjen
25. Marjan untuk kategori Sirup
26. Kraft untuk kategori Keju
27. Herbakof untuk kategori Obat Batuk
28. Sasa untuk kategori Tepung Bumbu
29. Blueband untuk kategori Mentega dan Margarin
30. Cimory untuk kategori Yoghurt
31. Dua Belibis untuk kategori Saus

Terdapat UU tentang Jaminan Produk Halal yaitu UU No. 33 Tahun 2014 pasal 33 ayat 1. Dalam UU tersebut menjelaskan bahwa, suatu produk halal apabila disahkan oleh MUI dalam sidang Fatwa Halal. Sedangkan BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) tugasnya ialah melakukan sebuah pemeriksaan dan pengujian suatu produk terlebih dahulu. Jadi, label halal yang tercantum di produk makanan kemasan terlebih dahulu dilakukan proses pemeriksaan dan pengujian oleh BPJPH, dan setelah melalui proses itu MUI akan mengesahkannya.

Jaminan Produk Halal menjadi sangat penting bagi kalangan masyarakat muslim. Mengingat kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi di bidang pangan, obat-obatan dan kosmetik berkembang sangat pesat saat ini. Pengolahan produk dengan pemanfaatan kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi memungkinkan percampuran antara yang halal dan yang haram baik

yang disengaja maupun tidak disengaja. Oleh karena itu, untuk mengetahui kehalalan suatu produk, diperlukan suatu kajian khusus yang membutuhkan pengetahuan multidisiplin, seperti pengetahuan dibidang pangan, kimia, biokimia, teknik industri, biologi, farmasi dan pemahaman tentang syariat.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal, namun di dalam penelitian ini hanya menggunakan faktor sosial saja. Faktor sosial ialah faktor yang di pengaruhi oleh orang-orang disekitar kita. Komponen yang termasuk didalamnya yaitu kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

Masyarakat adalah sekelompok manusia yang terjalin erat hubungannya karena sistem tertentu dan hukum tertentu yang sama, serta mengarah pada kehidupan bersama-sama dan membentuk sebuah keluarga. Interaksi sosial yang terjalin antara masyarakat satu dengan yang lainnya, serta dengan sebuah keluarga akan berpengaruh pada pola pikir mereka dalam melakukan sebuah tindakan. Dalam hal ini juga berpengaruh pada pengambilan sebuah keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

Keputusan pembelian secara teoritis merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian. Setiap hari konsumen mengambil berbagai keputusan mengenai setiap aspek kehidupan sehari-hari. Tetapi, kadang mengambil keputusan ini tanpa memikirkan bagaimana mengambil keputusan dan apa yang terlibat dalam proses pengambilan

keputusan ini. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Pada saat mengambil keputusan pembelian, konsumen harus memperhatikan terlebih dahulu kemasan makanan atau minuman yang ingin dibelinya, terutama yang paling penting konsumen harus memeriksa terlebih dahulu ada tidaknya label halal yang tercantum pada kemasan makanan atau minuman tersebut. Lalu, konsumen juga harus memperhatikan kode izin Badan Penelitian Obat dan Makanan Produk Industri Rumah Tangga (BPOM-PIRT) yang tertera pada kemasan produk yang akan dibeli.

BPOM secara kelembagaan harus terus menjaga dan memperhatikan kelayakan produk-produk makanan dan minuman yang diedarkan dipasaran dengan mewajibkan penjual mendaftarkan produk makanan dan minumannya untuk mendapatkan izin sertifikasi halal tiap lima tahun sekali. Dengan adanya label halal ini konsumen Muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu harus produk yang memiliki atau mencantumkan label halal MUI pada kemasan produknya.

Pekanbaru sebagai Ibu Kota Provinsi Riau yang merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan jumlah kepadatan penduduk yang tergolong cukup besar di Indonesia. Menurut BPS Provinsi Riau dalam angka 2019 jumlah kepadatan penduduk Kota Pekanbaru mencapai 1.149.359 Jiwa dari 12 Kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru.

Mengingat banyaknya jumlah penduduk muslim di Kota Pekanbaru, dapat menjadikan peluang yang cukup besar bagi para produsen untuk

meproduksikan makanan kemasan mereka. Akan tetapi, tidak semua makanan kemasan yang telah masuk ke Pekanbaru sudah memiliki label halal yang di keluarkan LPPOM-MUI. Label halal pada kemasan produk yang ada merupakan sebuah logo yang tersusun dari sebuah huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran.

Pekanbaru adalah salah satu Kota yang mayoritasnya beragama Islam. Maka, salah satu upaya yang harus dilakukan pemerintah Kota Pekanbaru adalah membentuk badan organisasi Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Provinsi Riau telah menerbitkan sebanyak 420 sertifikat halal untuk produk usaha yang dikelola oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Usaha Kecil Menengah (UKM) dan perusahaan pada periode Januari-Oktober 2019. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa minat pengusaha olahan pangan di Riau untuk mengurus sertifikat halal pada produk industrinya cukup tinggi. (www.riau.antaranews.com)

BBPOM Pekanbaru menghimbau agar masyarakat lebih bijak dalam mengkonsumsi produk makanan dan minuman khususnya dalam jenis kemasan. Konsumen harus cerdas dalam memperhatikan produk yang akan mereka beli. Sebelum membeli, konsumen harus melihat bungkus kemasannya terlebih dahulu, jika bungkus kemasannya rusak jangan dibeli. Konsumen juga harus memperhatikan ada tidaknya label halal di bungkus kemasan produk yang dibeli. (www.riauonline.co.id)

Pengetahuan masyarakat muslim tentang makanan yang halal menurut Islam seharusnya terapkan dalam bentuk memilih jenis makanan yang halal. Namun dalam realisasinya, apakah masyarakat muslim telah paham dengan label halal yang resmi dari MUI, serta apakah faktor sosial masyarakat muslim mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

Penelitian tentang Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumahtangga Muslim di Pekanbaru pernah dilakukan oleh Nurrahmi Hayani dalam Jurnal Al-Amwal, Vol. 8, No. 1, Juni 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal dan bahan makanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh Ibu rumahtangga muslim di Pekanbaru.

Astuti, et.al dalam Berdaya: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol 2, No.1, April 2020 meneliti “Sosialisasi Standarisasi dan Sertifikasi Produk Halal di Kota Pekanbaru UMKM Area Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan pencantuman logo halal pada produk makanan dan minuman adalah untuk melindungi konsumen, hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal. Memberikan kepastian hukum kepada konsumen muslim bahwa produk makanan dan minuman tersebut benar-benar halal sesuai yang disyariatkan oleh Hukum Islam.

Berdasarkan telaah naskah akademik diatas dan setelah melakukan observasi atau pengamatan terhadap masyarakat muslim di Pekanbaru tentang

bagaimana pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal, ternyata masyarakat muslim di kota Pekanbaru cukup menyadari akan pentingnya label dan sertifikasi halal pada produk yang mereka konsumsi. Peningkatan kesadaran konsumen akan produk-produk halal dapat dilihat dari meningkatnya pembelian produk-produk makanan dalam kemasan yang berlabel halal, yang kini produknya telah sesuai dengan tujuan syari'ah.

Sebagian besar masyarakat di Pekanbaru merupakan masyarakat beragama Islam. Berdasarkan keyakinan tersebut, seharusnya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, para konsumen diharuskan memilih mengkonsumsi produk makanan kemasan yang memiliki label halal pada kemasannya agar dapat memperoleh maslahah atau berkah dalam hidupnya.

Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai bagaimana pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru, perlu dilakukan suatu penelitian.

Maka berdasarkan pemaparan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal pada Masyarakat Muslim Di Pekanbaru”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan diatas, agar penelitian ini tetap terfokus mengenai pembahasan serta cakupan penelitian tidak terlalu luas, peneliti membatasi masalah dengan hanya memfokuskan kepada masyarakat muslim yang ada di Pekanbaru. Peneliti memilih variabel pemahaman label halal dan faktor sosial karena kedua variabel ini merupakan variabel yang mempunyai hubungan erat dengan faktor yang mempengaruhi seorang konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru. Karena keterbatasan kemampuan, biaya, tenaga dan waktu, maka penelitian ini hanya dibatasi pada masyarakat muslim di Pekanbaru saja.

C. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian ini tentang:

1. Apakah pemahaman label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru?

3. Apakah pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru?
4. Faktor apakah yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru?

D. Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh pemahaman label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.
2. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.
3. Pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.
4. Faktor yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan dan referensi mengenai ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Syariah terutama pada bidang perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian kemasan berlabel halal.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta referensi kepustakaan mengenai pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal dan faktor sosialnya.
3. Penelitian ini diharapkan sebagai acuan bagi kalangan akademis, masyarakat muslim dan lembaga yang terkait dalam mengetahui sebuah produk yang baik di konsumsi oleh masyarakat Pekanbaru.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada pembahasan penelitian ini berisi uraian singkat tentang Bab demi Bab yang akan ditulis dalam penelitian ini, sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai kajian teori/konsep yang digunakan dalam mendukung penulisan skripsi ini yang meliputi Perilaku Konsumen, Pengaruh Agama terhadap Perilaku Konsumen, Pemahaman Label Halal, Faktor Sosial, Keputusan Pembelian, Makanan Kemasan, Tinjauan Penelitian yang Relevan, Variabel Operasional, Kerangka Konseptual dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan penjelasan mengenai Jenis Penelitian, Waktu dan Tempat Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data, Metode Pengolahan Data, Metode Analisis Data, Uji Coba Instrumen dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan penjelasan mengenai Gambaran Umum Tempat Penelitian, Karakteristik Responden, Analisis Deskriptif, Uji Coba Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis dan Pembahasan Hasil Penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan penjelasan mengenai Kesimpulan dan Saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Harahap, et.al. (2015:154-156) perilaku konsumen terdiri dari dua kata, yaitu perilaku dan konsumen. Perilaku berarti tingkah dan tindakan dari seorang konsumen, sedangkan konsumen berarti orang yang menikmati kegunaan suatu barang atau jasa untuk dirinya, bukan untuk dijual, diolah atau dikerjakan kembali. Berdasarkan definisi diatas, dapat di tarik pemahaman bahwa perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat sebuah keputusan pembelian.

Para pemasar membutuhkan informasi yang andal mengenai para konsumennya dan harus mempunyai keterampilan khusus untuk menganalisis dan menginterpretasikan informasi tersebut. Secara sederhana, istilah perilaku konsumen mangacu pada perilaku yang ditunjukkan oleh para individu dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Pada hakikatnya, lingkup studi perilaku konsumen meliputi sejumlah aspek krusial berikut (Fandy Tjiptono, 2014:48):

1. Siapa yang membeli produk atau jasa? (**WHO**)

2. Apa yang dibeli? (**WHAT**)
3. Mengapa membeli produk atau jasa tersebut? (**WHY**)
4. Kapan membeli? (**WHEN**)
5. Di mana membelinya? (**WHERE**)
6. Bagaimana proses keputusan pembeliannya? (**HOW**)
7. Berapa sering membeli dan/atau menggunakan produk/jasa? (**HOW OFTEN**)

2. Model Perilaku Konsumen

Pada masa-masa yang lalu, para pemasar dapat memahami para konsumen melalui pengalaman penjualan sehari-hari kepada mereka. Namun, pertumbuhan dalam ukuran perusahaan dan pasar telah menjauhkan banyak manajer pemasaran dari kontak langsung dengan para pelanggan. Untuk memahami model perilaku konsumen yang penting sederhana adalah seperti terlihat dalam gambar berikut (Thamrin, 2012:111-112):

Tabel 1. Model Perilaku Pembelian

Stimulasi Pemasaran	Stimulasi Lainnya	Karakteristik Pembeli	Proses Keputusan Pembelian	Keputusan Pembeli
<ul style="list-style-type: none"> • Produk • Harga • Distribusi • Promosi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomi • Teknologi • Politik • Budaya 	<ul style="list-style-type: none"> • Budaya • Sosial • Pribadi • Psikologi 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan Masalah • Pencarian Informasi • Keputusan Pembelian • Perilaku Purnabeli 	<ul style="list-style-type: none"> • Pilihan Produk • Pilihan Merek • Pilihan Pemasok • Penentu Saat Pembelian Produk

				• Jumlah Pembelian
--	--	--	--	--------------------

Sumber: Data Olahan 2020

Konsumen membuat sejumlah keputusan pembelian setiap saat, sehingga menyebabkan pemasar meneliti pengambilan keputusan pembelian konsumen secara mendetail untuk memperoleh jawaban apayang konsumen beli, dimana mereka membelinya, bagaimana caranya dan seberapa banyak, kapan dan mengapa mereka membelinya.

B. Pengaruh Agama Terhadap Perilaku Konsumen

Sebagian besar penduduk Indonesia ialah penganut agama Islam. Dalam Islam terdapat aturan yang paling dasar yaitu Rukun Islam, yakni mengucapkan dua kalimat syahadat, mendirikan shalat, menunaikan ibadah puasa ramadhan, membayar zakat dan menunaikan ibadah haji bagi yang mampu. Dari semua prinsip dasar ajaran Islam tersebut, menjadikan itu pengaruh yang sangat bagus atau besar bagi umat muslim bagaimana mereka harus berperilaku, bersikap, berpresepsi dan bergaya hidup sebagai seorang konsumen. (Sumarwan, 2011:201)

Qardhawi (dalam Harahap, et.al, 2015:158) menjelaskan bahwa ada 5 (lima) norma yang paling dasar, yang menjadikan itu sebuah landasan utama seorang muslim dalam berperilaku konsumsi, antara lain:

1. Seorang muslim harus membelanjakan hartanya dalam kebaikan dan harus menjauhi sifat kikir.
2. Seorang muslim tidak di perbolehkan melakukan kemubaziran.

3. Seorang muslim tidak diperbolehkan hidup mewah dan terlalu boros.
4. Seorang muslim harus memiliki sifat yang sederhana dalam hal apapun.
5. Seorang muslim harus memiliki sifat yang saling mementingkan kehendak sosial dibandingkan yang mempunyai sifat pribadi atau selalu menyendiri.

Dikarenakan jumlah penduduk umat muslim yang ada di Indonesia sangat banyak, maka produk makanan halal ialah isu yang sangat penting di Indonesia. Oleh sebab itu, memakan makanan yang halal lagi baik telah menjadi pandangan yang umum untuk umat Islam, bahwa mereka wajib untuk mengonsumsi makanan yang halal, perintah tersebut terdapat di dalam Al-Qur'an, surah Al-Ma'idah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: "Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya." (Depertemen Agama RI, 2004:122)

Umat muslim juga dilarang untuk memakan makanan yang haram, larangan tersebut ada di dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 173:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۗ

فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: "Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang." (Depertemen Agama RI, 2004:26)

Seorang konsumen muslim akan lebih memilih dan mengkonsumsi makanan halal daripada yang tidak halal. Makanan halal yang akan mereka konsumsi bukan saja yang harus aman secara fisik, akan tetapi juga harus aman secara keyakinan. Ketentuan tersebut juga sudah diajarkan dalam ajaran Islam, karena makanan halal yang mereka konsumsi akan sangat berpengaruh terhadap semua konsumen muslim. Bagi seorang produsen makanan, hal tersebut sangat penting untuk mereka pahami dan para produsen makanan sangat memahami hal tersebut. Sehingga seorang konsumen juga harus memahami bahwa produk makanan yang di keluarkan seorang produsen itu halal untuk dikonsumsi dan sesuai dengan ketentuan syariah islam. Oleh sebab itu, ada lembaga yang di buat oleh pemerintah untuk membantu para produsen mengurus surat pernyataan sertifikasi halal untuk produk makanan mereka, dan lembaga tersebut ialah LPPOM-MUI yang sudah ada sejak lama. (Sumarwan, 2011:210-212)

C. Pemahaman Label Halal

1. Pemahaman

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia arti dari pemahaman ialah sesuatu yang dapat kita pahami dan dapat kita mengerti dengan baik dan benar. Menurut Anas Sudjiono pemahaman didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengerti sesuatu setelah sesuatu itu mereka ketahui dan mereka ingat. Dengan kata lain, memahami artinya seseorang mengetahui tentang sesuatu tersebut dan mereka dapat melihatnya dari

berbagai sudut pandang. Sedangkan menurut Ngalim Purwanto arti dari kata pemahaman ialah tingkatan kemampuan seseorang dalam memahami arti sebuah situasi serta fakta yang mereka ketahui. Dengan kata lain, mereka tidak akan hanya menghafal secara verbalitas tetapi mereka juga harus memahami konsep dari sebuah masalah atau fakta yang akan ditanyakan nantinya. Dari dua sudut pandang tersebut, indikator pemahaman dapat di definisikan sebagai pemahaman mengandung makna yang sangat besar dari sebuah pengetahuan, karena dengan memahami sesuatu berarti seseorang menunjukkan bahwa mereka paham dengan hal tersebut. (www.jejakpendidikan.com)

2. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai proses pemeriksaan secara rinci terhadap kehalalan produk yang selanjutnya diputuskan kehalalannya dalam bentuk fatwa MUI. Sertifikasi halal juga bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan Nasional.

Fatwa MUI untuk beberapa bahan, antara lain (Sistem Jaminan Halal:14-17):

- 1) Khamr
 - a. Segala sesuatu yang memabukkan dikategorikan sebagai khamr.

- b. Minuman yang mengandung minimal 1% ethanol, dikategorikan sebagai khamr.
- c. Minuman yang dikategorikan khamr adalah najis.
- d. Minuman yang diproduksi dari proses fermentasi yang mengandung kurang dari 1% ethanol, tidak dikategorikan khamr tetapi haram untuk dikonsumsi.

2) Ethanol

- a. Ethanol yang diproduksi dari industri bukan khamr hukumnya tidak najis atau suci.
- b. Penggunaan ethanol yang berasal dari industri non khamr di dalam produksi pangan diperbolehkan, selama tidak terdeteksi pada produk akhir.
- c. Penggunaan ethanol yang berasal dari industri khamr tidak diperbolehkan.

3) Hasil Samping Industri Khamr

- a. Fusel oil yang berasal dari hasil samping industri khamr adalah haram dan najis.
- b. Komponen bahan yang diperoleh dari industri khamr melalui pemisahan secara fisik adalah haram (contoh iso amil alcohol), tetapi apabila direaksikan untuk menghasilkan bahan baru, bahan baru tersebut adalah halal.

4) Flavor yang Menyerupai Produk Haram

Flavor yang menggunakan nama dan mempunyai profil sensori produk haram, contohnya flavor rum, flavor babi, dll, tidak bisa disertifikasi halal serta tidak boleh dikonsumsi walaupun ingredient yang digunakan adalah halal.

5) Produk Mikrobial

Produk microbial adalah halal selama ingredient medianya (mulai dari media penyegaran hingga media produksi) tidak haram dan najis.

6) Penggunaan Alat Bersama

- a. Bagi industri yang memproduksi produk halal dan non halal maka untuk menghindari terjadinya kontaminasi silang, pemisahan fasilitas produksi harus dilakukan mulai dari tempat penyimpanan bahan, formulasi, proses produksi dan penyimpanan produk jadi.
- b. Suatu peralatan tidak boleh digunakan bergantian antara produk babi dan non babi meskipun sudah melalui proses pencucian.

Tujuan sertifikasi halal adalah sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem

Jaminan Halal. Bagi perusahaan yang ingin memperoleh sertifikat halal LPPOM MUI, baik industri pengolahan (pangan, obat, kosmetika), Rumah Potong Hewan (RPH), dan restoran/katering/dapur, harus melakukan pendaftaran sertifikasi halal dan memenuhi persyaratan sertifikasi halal. (www.halalmui.org)

Ada tiga cara dalam memilih produk pangan dalam kemasan yang telah terjamin kehalalannya oleh MUI, yaitu sebagai berikut (Zulham, 2013:117-118):

1. Jika produk pangan dalam kemasan yang telah selesai di olah dan sudah mencantumkan nomor MD (nomor pendaftaran pada Badan POM yang menunjukkan produk tersebut diproduksi di dalam Negeri) maka lihat apakah ada label halalnya di produk pangan kemasan tersebut, jika ada maka produk tersebut sudah terjamin kehalalannya. Jika tidak ada berarti produk tersebut belum ada yang menjamin kehalalannya.
2. Untuk produk impor, lihat apakah sudah ada nomor ML pada kemasan produknya, jika sudah ada perhatikan kembali bahasa yang digunakan dalam kemasan tersebut, apakah berbahasa Indonesia atau tidak, jika berbahasa Indonesia maka perhatikan juga label halalnya, jika ada maka sudah terjamin kehalalannya.
3. Untuk produk pangan hasil industri kecil, biasanya harus ada nomor pendaftaran SP, masih banyak produsen produk pangan hasil industri kecil yang bermasalah terhadap pencantuman label

halal, karena sebenarnya mereka belum mendaftarkan produknya dan belum mendapatkan sertifikat halal dari MUI juga. Dan sebagian lagi sudah mendaftarkan produknya dan sudah mendapatkan sertifikat halal dari MUI.

3. Label Halal

a. Pengertian Label Halal

Menurut Rangkuti (dalam Adinugraha, et.al, Vol. 1, No. 3, 2017:186) menjelaskan bahwa label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah Lembaga Swadaya Masyarakat yang mewadahi ulama, zu'ama dan cendekiawan Islam di Indonesia untuk membimbing, membina dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia. Majelis Ulama Indonesia berdiri pada tanggal 7 Rajab 1395 Hijriah atau bertepatan pada tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta, Indonesia.

Label halal merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label merupakan bagian dari kemasan atau bisa pula merupakan

etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk (Amin, et.al, 2011:13).

Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang Produk Halal adalah fatwa yang ditetapkan oleh komisi Fatwa MUI mengenai produk makanan, minuman, obat kosmetik dan produk lainnya. Fatwa tersebut ditetapkan setelah dilakukan serangkaian pembahasan dalam rapat komisi fatwa yang didahului dengan laporan hasil auditing LPPOM MUI dan peserta rapat memandang bahwa produk dimaksud tidak mengandung hal-hal yang diharamkan, baik dari aspek bahan maupun dalam produksi. (Amin, et.al, 2011:14)

b. Ruang Lingkup Label Halal

1. Fungsi Label Halal

Laksana (dalam Fatkhurohmah, 2015:36) Fungsi label halal, yaitu antara lain:

- a) Label sebagai identifikasi sebuah produk atau merek.
- b) Label sebagai fungsi untuk pemeringkatan sebuah produk.
- c) Label sebagai penggambaran sebuah produk, seperti siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya dan bagaimana cara menggunakannya dengan aman.
- d) Label sebagai alat untuk promosi.

Sedangkan macam-macam label halal, antara lain:

- a) *Brand identifications label*, yakni jenis label yang semata-mata hanya sebagai nama merek yang diperoleh suatu produk.
- b) *Grade label*, yakni label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu suatu barang.
- c) *Describing label*, yakni label yang menggambarkan tentang cara penggunaan, pemeliharaan dan lainnya dari suatu produk.

2. Pesan Label Halal

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Pasal 10, menjelaskan bahwa setiap seorang produsen yang ingin memproduksi pangan yang dikemas ke wilayah Indonesia untuk diperjual belikan dan menjelaskan ke konsumen bahwa produk pangan tersebut halal untuk di konsumsi, produsen juga harus bertanggung jawab atas kebenaran penjelasan mereka dan produsen juga wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label produknya.

- a) Gambar Label Halal

Berikut dibawah ini adalah gambar label halal resmi dari

MUI:

Gambar 1. Label Halal Resmi MUI



Sumber: www.halalmui.org

Selanjutnya pada Pasal 11 dijelaskan, setiap produsen yang ingin memproduksi pangannya yang dikemas untuk wilayah Indonesia dan diperjual belikan terlebih dahulu wajib memeriksakan produknya pada lembaga yang telah disahkan. (Zulham, 2013:292)

Di Indonesia saat ini masih banyak produk makanan dan minuman dalam kemasan yang menggunakan label palsu. Oleh sebab itu, umat muslim di Indonesia harus lebih berhati-hati lagi dan harus selalu memperhatikan ada tidaknya label tersebut di produk yang mereka beli. Sekarang ini banyak produsen yang memalsukan label produknya agar bisa memikat banyak konsumen muslim dalam hal untuk membeli produk mereka.

Berikut ini merupakan beberapa label halal palsu yang beredar di kalangan masyarakat Indonesia:

Gambar 2. Label Halal Palsu



Sumber: www.puathalal.com

Tujuan dari pencantuman label halal pada produk makanan dan minuman dalam kemasan ialah agar konsumen muslim terlindungi dari produk-produk yang tidak halal yang mereka konsumsi. Dan juga memberikan kepastian jaminan hukum halal terhadap konsumen muslim bahwa produk makanan dan minuman dalam kemasan yang mereka konsumsi tersebut benar-benar halal sesuai syariat islam. Seorang produsen wajib mencantumkan tanda label halal pada produk makanan dan minuman yang mereka produksi. (Astuti, et.al, Vol. 2, No. 1, 2020:27)

Tanda label halal dapat berbentuk sebuah gambar, di Bali ada tempat usaha makanan dan minuman yang mengandung unsur babi dan di tempat usaha tersebut terdapat gambar babi. Hal ini berarti pelaku usaha makanan dan minumannya jujur kepada para konsumen. Karena, ada Undang-Undang yang menjelaskan bahwa pelaku usaha wajib untuk memberikan sebuah informasi mengenai komposisi atau bahan baku yang digunakan pada produk makanan dan minumannya, dan

Undang-Undang tersebut terdapat dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen. Selayaknya selaku seorang produsen yang memperjual belikan dagangannya, mereka harus memberikan informasi yang jujur dan jelas mengenai komposisinya kepada para konsumen. Agar konsumen muslim terhindar dari produk makanan yang tidak halal. (Astuti, et.al, Vol. 2, No. 1, 2020:27-28).

b) Tulisan Halal

Tulisan yang tercantum pada gambar label halal dari kemasan produk, bagian tertentu produk, atau tempat yang dinyatakan halal, yang menjadi bukti tanda sahnya jaminan produk tersebut halal untuk dikonsumsi.

c) Gabungan Gambar dan Tulisan Halal

Gambar dan tulisan halal yang tercantum pada kemasan produk, bagian tertentu produk, atau tempat yang dinyatakan halal, yang menjadi bukti tanda sahnya jaminan produk tersebut halal untuk dikonsumsi.

4. Pemahaman Label Halal

Dari penjelasan konsep pemahaman, konsep sertifikat halal dan konsep label halal, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa pemahaman label halal dapat didefinisikan sebagai kemampuan

seseorang dalam memahami makna yang sangat besar dari sebuah pengetahuan, karena dengan memahami sesuatu berarti seseorang menunjukkan bahwa mereka paham dengan hal tersebut.

Dalam penelitian ini pemahaman label halal yaitu kemampuan masyarakat muslim di Pekanbaru dalam memahami makna yang sangat besar dari sebuah pengetahuan, karena dengan memahami sesuatu berarti seseorang menunjukkan bahwa mereka paham apa yang dimaksud dengan label halal.

D. Faktor Sosial

Berikut beberapa faktor sosial terhadap perilaku seorang konsumen seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. (Thamrin, 2012:115-117)

1. Kelompok Acuan

Kelompok acuan bisa didefinisikan sebagai kelompok yang menghubungkan seorang individu dengan perilaku atau sikap mereka. Pengaruh kelompok acuan berubah seiring dengan perkembangan produk dalam siklus hidup produknya. Pengaruh kelompok acuan sangat kuat, sehingga mempengaruhi seorang produsen produk di mana mereka harus menentukan bagaimana mendekati para pemimpin opini dalam kelompok-kelompok acuan tersebut. Para produsen berusaha keras mendekati para pemimpin opini, karena dengan mengidentifikasi karakteristik demografis dan psikografis yang berhubungan dengan

kepemimpinan opini, mengidentifikasi media yang dibaca pemimpin opini dan mengarahkan pesan-pesan kepemimpinan opini.

Pengaruh kelompok acuan memiliki sifat yang kuat untuk produk-produk yang akan di beli oleh si pembeli. Semakin kohesif kelompok tersebut, semakin efektif proses komunikasinya dan semakin tinggi penghargaan seseorang terhadap kelompoknya, serta kelompok tersebut akan semakin membentuk pilihan produk dan merek orang tersebut.

2. Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga dapat didefinisikan sebagai organisasi pembelian produk yang paling penting untuk seorang produsen, dan para produsen telah tertarik dengan pengaruh dari suami/istri dan anak-anak dalam membeli berbagai macam produk atau jasa.

Mengkaji keluarga sangat penting bagi produsen dari segi perspektif perilaku konsumen. Pertama, karena beberapa konsumen yang mengatasnamakan mereka sebagai keluarga, akan membeli berbagai macam produk yang di keluarkan oleh produsen. Kedua, produk yang sering digunakan oleh sebuah keluarga seringkali dibeli oleh seorang individu saja.

3. Peran dan Status

Posisi seseorang dalam setiap kelompok keluarga, klub dan organisasi dapat ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Setiap peran seseorang membawa mereka mendapatkan sebuah status. Para produsen menyadari potensi tersebut dari peran dan status produk atau merek mereka. Meskipun seringkali, simbol dari peran dan status produk atau merek berbeda-beda menurut kelas sosial dan juga lokasi geografisnya.

E. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (dalam Wulandari, et.al, Vol. 7, No. 2, 2019:241) menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Proses keputusan pembelian itu sendiri adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.

Sedangkan menurut Setiadi (dalam Purwati, et.al, Vol. 30, No. 1, 2018:23) mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya. Dalam keputusan membeli barang konsumen seringkali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses

pertukaran pembelian. Ada lima macam peranan yang dapat dilakukan seseorang, kelima peran ini dipegang oleh satu orang, namun seringkali pula peranan ini dilakukan beberapa orang.

2. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (dalam Syahputra dan Hamoraon, Vol. 2, No. 8, 478) menjelaskan ada lima tahap untuk sampai kepada proses keputusan pembelian konsumen, yaitu antara lain:

a) Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*)

Tahap yang paling pertama ialah pembeli harus mengenali masalah atau kebutuhannya terlebih dahulu. Pembeli sering kali merasakan perbedaan antara keadaan sebenarnya yang mereka rasakan dengan keadaan yang mereka inginkan. Keadaan tersebut dapat disebabkan oleh dorongan akan rasa lapar dan haus yang sering terjadi apabila seorang pembeli mencapai titik tertentu.

b) Pencarian Informasi (*Information Search*)

Setelah konsumen mengenali masalah yang terjadi, maka selanjutnya konsumen harus mencari informasi lebih banyak tentang hal yang diinginkan sebagai kebutuhannya. Konsumen bisa mencari informasi dari sumber pribadi (seperti keluarga, teman, tetangga dan kenalan), mencari dari komersial (seperti iklan, tenaga penjual, perantara, kemasan), mencari dari publik

(seperti media massa, organisasi pembuat peringkat), dan mencari dari sumber pengalaman (seperti pengkajian, pemakaian produk).

c) Evaluasi Alternatif (*Alternative Evaluation*)

Pada tahap ini, konsumen lebih menyempitkan atas pilihannya, sehingga alternatif yang dipilih oleh konsumen memiliki manfaat yang besar dan diinginkan pilihan produk yang tersedia oleh kebutuhannya.

d) Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Pada tahap ini konsumen telah menentukan pilihannya dan siap melakukan pembelian atau pembayaran terhadap produk yang diinginkannya.

e) Perilaku Pasca Pembelian (*Post-purchase Behavior*)

Tahapan terakhir ialah tahap dimana konsumen akan merasa puas atau merasa ketidak-puasan terhadap pilihan yang dibelinya.

3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

Ada 3 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Faktor-faktor tersebut adalah (Rusby, et.al, Vol. 1, No. 1, 2019:65):

- a) Faktor Psikologis, mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian.

- b) Faktor Situasional, mencakup keadaan sarana dan prasarana, tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk dan kondisi saat pembelian.
- c) Faktor Sosial, mencakup Undang-Undang atau peraturan keluarga, kelompok referensi, kelas social dan budaya.

F. Makanan Kemasan

Terdapat Undang-undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan. Dalam UU tersebut mendefinisikan kemasan merupakan bahan yang terdapat di bagian terluar yang digunakan untuk membungkus suatu produk, dengan tujuan untuk melindungi isi produk tersebut dari cuaca, benturan dan guncangan terhadap benda lain, dan juga terlindungi dari bersentuhan langsung dengan makanan tersebut maupun tidak. Berdasarkan definisi tersebut, maka makanan kemasan ialah makanan yang dibungkus harus secara rapih dan bersih, harus terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan harus mencantumkan masa kadaluarsa di produknya untuk dijual dalam jangka waktu yang telah diperkirakan. (Fatkhurohmah, 2015 : 63)

Undang-Undang ini mengamanatkan peraturan pengemasan berkaitan dengan keamanan pangan dalam rangka melindungi konsumen. Pada bagian ke IV pasal 16-19 dari undang-undang ini membahas tentang kemasan bahan makanan. Isi pasal-pasal tersebut ialah sebagai berikut (Zulham, 2013:232):

Bagian Keempat

Kemasan Pangan

Pasal 16

- (1) “Setiap orang yang memproduksi pangan untuk diedarkan dilarang menggunakan bahan apa pun sebagai kemasan pangan yang dinyatakan terlarang dan atau yang dapat melepaskan cemaran yang merugikan atau membahayakan kesehatan manusia”.
- (2) “Pengemasan pangan yang diedarkan dilakukan melalui tata cara yang dapat menghindarkan terjadinya kerusakan dan atau pencemaran”.
- (3) “Pemerintah menetapkan bahan yang dilarang digunakan sebagai kemasan pangan dan tata cara pengemasan pangan tertentu yang diperdagangkan”.

Pasal 17

“Bahan yang akan digunakan sebagai kemasan pangan, tetapi belum diketahui dampaknya bagi kesehatan manusia, wajib terlebih dahulu diperiksa keamanannya, dan penggunaannya bagi pangan yang diedarkan dilakukan setelah memperoleh persetujuan Pemerintah”.

Pasal 18

- (1) “Setiap Orang dilarang membuka kemasan akhir pangan untuk dikemas kembali dan diperdagangkan”.
- (2) “Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku terhadap pangan yang pengadaannya dalam jumlah besar dan lazim dikemas kembali dalam jumlah kecil untuk diperdagangkan lebih lanjut”.

Pasal 19

“Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16, Pasal 17, dan Pasal 18 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah”.

G. Tinjauan Penelitian yang Relevan

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fatkhurohmah, 2015 yang berjudul *“Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal (Studi pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al-Barokah)”*. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasanya terdapat pengaruh secara signifikan pemahaman label halal terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal. Jika semakin tinggi pemahaman santri pada label halal, maka semakin tinggi juga niat para santri untuk membeli makanan kemasan berlabel halal. Sebaliknya jika semakin rendah pemahaman santri pada label halal, maka semakin rendah pula niat para santri untuk membeli makanan kemasan berlabel halal.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya menggunakan variabel terikat niat membeli, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel terikat keputusan pembelian.

Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang pemahaman label halal dan faktor sosial. Pada penelitian sebelumnya niat membeli produk makanan kemasan berlabel halal sementara pada penelitian ini keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Wan Satria Adilla, 2017 yang berjudul *“Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Kasus pada Pegawai Dinas Syariat Islam Kota Banda Aceh)”*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya pemahaman pegawai Dinas Syariat Islam Kota Banda Aceh terhadap label halal cukup tinggi, mereka sangat memegang nilai-nilai syariat termasuk dalam memilih makanan, dan sudah seharusnya konsumen muslim wajib memperhatikan hal-hal tersebut dalam kehidupannya.

Perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel bebasnya yakni penelitian sebelumnya hanya menggunakan satu variabel bebas yaitu label halal, sedangkan pada penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yakni pemahaman label halal dan faktor sosial. Persamaan penelitian ini terdapat pada variabel terikatnya, yakni sama-sama meneliti tentang keputusan pembelian. Pada penelitian sebelumnya membahas tentang keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan kemasan saja sementara pada penelitian ini membahas tentang keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

Ketiga, penelitian ini dilakukan oleh Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat yang berjudul *“Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap*

Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara". Hasil penelitian ini ialah terdapat hubungan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan, hal ini dapat dilihat dari nilai Sig $0,025 < 0,05$, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel bebasnya, yakni pada penelitian sebelumnya hanya menggunakan satu variabel bebas yaitu pengaruh label halal, sedangkan pada penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yakni pemahaman labelhalal dan faktor sosial. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel terikatnya, yaitu sama-sama meneliti tentang keputusan pembelian. Pada penelitian sebelumnya membahas keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan sementara pada penelitian ini membahas keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

Keempat, penelitian ini dilakukan oleh Utin Munawaroh yang berjudul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Kosmetik Wardah Di Pekanbaru*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan mempengaruhi konsumen untuk membeli kosmetik Wardah di Pekanbaru adalah faktor bauran pemasaran (X_5) sebesar 3,528.

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada variabel bebas yakni pada penelitian sebelumnya menggunakan lima variabel bebas yakni faktor-faktor perilaku konsumen, sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan dua

variabel bebas yakni pemahaman label halal dan faktor sosial. Persamaan pada penelitian ini terdapat pada variabel terikatnya, yakni sama-sama meneliti tentang keputusan pembelian. Pada penelitian sebelumnya membahas keputusan pembelian produk kosmetik wardah sementara pada penelitian ini membahas keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

H. Pengaruh Pemahaman Label Halal terhadap Keputusan Pembelian

Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal sendiri berfungsi untuk melindungi konsumen dari keragu-raguan dalam membeli suatu produk, terutama bagi konsumen muslim.

Dalam hal ini pemahaman label halal dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami makna yang sangat besar dari sebuah pengetahuan, karena dengan memahami sesuatu berarti seseorang itu menunjukkan bahwa mereka paham dengan hal tersebut. Jadi, dengan pemahannya seorang konsumen tentang label halal akan mempengaruhi mereka dalam mengambil sebuah keputusan pembelian.

I. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian

Faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh orang-orang disekitar kita. Thamrin (2012) mengatakan bahwa faktor sosial yang mempengaruhi

keputusan pembelian terdiri atas: kelompok acuan, keluarga serta peran dan status, yang memotivasi atau mempengaruhi sikap seorang konsumen untuk melakukan atau tidak melakukan pembelian sebuah produk.

Dalam penelitian ini, masyarakat muslim mempunyai keyakinan dan motivasi untuk ikut apa yang biasa dilakukan oleh orang-orang ataupun kelompok yang dekat dengannya, seperti keluarga atau kerabatnya serta orang-orang yang hidup bersamanya. Jadi, dengan faktor sosial seorang konsumen tersebut akan mempengaruhi mereka dalam mengambil sebuah keputusan pembelian.

J. Variabel Operasional

Berikut ini ialah variabel operasional tentang pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.

Table 2. Variabel Operasional

Konsep	Variabel	Indikator	Pernyataan
Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.	1. Pemahaman Label Halal (X_1)	1. Gambar Label Halal 2. Tulisan Halal 3. Gabungan Gambar dan Tulisan Halal	1 – 6
Faktor sosial adalah faktor yang di pengaruhi oleh orang-orang disekitar kita.	2. Faktor Sosial (X_2)	1. Kelompok Acuan 2. Keluarga 3. Peran dan Status	7 – 12

Keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Para pemasar juga harus memahami setiap sisi perilaku konsumen.	3. Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian 	13 – 22
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------

Sumber: Data Olahan 2020

K. Kerangka Berfikir

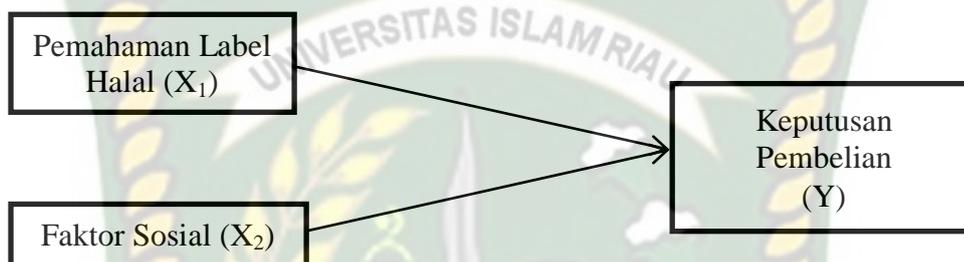
Kerangka berfikir bisa didefinisikan sebagai jenisteori yang berhubungan secara langsung dengan beberapa faktor yang sudah didefinisikan sebagai sebuah masalah yang penting (Sugiyono, 2010:91). Kerangka berfikir dalam penelitian ini dipusatkan pada pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan kemasan berlabel halal. Bersumber padateori yang ada, maka dibutuhkan sebuah analisis perihal bagaimanakah pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

Hubungan antara pemahaman label halal dan faktor sosial dengan keputusan pembelian makanan kemasan berlabel halal ialah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent. Sebagai variabel independent (bebas) penelitian ini ialah pemahaman label halal dan faktor sosial, dan

sebagai variabel dependent (terikat) penelitian ini ialah keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

Berdasarkan uraian di atas dapat digambarkan kerangka berfikir penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 3. Kerangka Berfikir



Sumber: Data Olahan 2020

L. Hipotesis

Hipotesis bisa di definisikan sebagai anggapan yang belum pasti dari sebuah masalah yang masih bersifat praduga, karena masih harus membuktikan kebenaran jawabannya. Dimana masalah tersebut telah diakui dalam bentuk sebuah kalimat pernyataan. Dikatakan belum pasti, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada kenyataan yang didapatkan dari sebuah pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga bisa di definisikan sebagai jawaban yang digunakan untuk mengkaji sebuah permasalahan, dan belum menjadikan jawaban yang bersifat nyata berdasarkan data yang ada. (Sugiyono, 2010: 96)

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori dan kerangka berfikir diatas, maka dapat dirumuskan hipotesisnya antara lain:

- Ho: Pemahaman label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.
- H₁: Pemahaman label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.
- Ho: Faktor sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.
- H₂: Faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.
- Ho: Pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.
- H₃: Pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi pada kelompok masyarakat. (Arikunto, 2013:121)

Penelitian ini juga bisa disebut penelitian asosiatif kausal (sebab akibat) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2012:11) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan kausal adalah salah satu bentuk hubungan dalam penelitian asosiatif yaitu salah satu bentuk hubungan yang bersifat sebab akibat. (Sugiyono, 2012:59)

Pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2012:14) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas), yaitu: pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kota Pekanbaru Provinsi Riau dan waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Agustus sampai November tahun 2020, yaitu selama empat bulan dengan perencanaan sebagai berikut:

Tabel 3. Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan Penelitian																
2.	Pengumpulan Data Penelitian																
3.	Pengolahan dan Analisis Data																
4.	Penulisan Laporan Penelitian																

Sumber: Data Olahan 2020

C. Subjek Dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah masyarakat muslim Kota Pekanbaru yang menetap dan berdomisili di wilayah Kota Pekanbaru. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini ialah pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2011:87).

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah masyarakat Kota Pekanbaru tahun 2019 yang berjumlah 1.149.359 orang (*Sumber: BPS Kota Pekanbaru*).

2. Sampel

Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, Slovin memasukan unsur kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Karena banyaknya jumlah populasi secara keseluruhan dari masyarakat Kota Pekanbaru tersebut (Sanusi, 2011:87).

Dari jumlah diatas, maka penulis melakukan pengambilan sampel. Adapun jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin (Sanusi, 2011:101):

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

α = Toleransi ketidak telitian (dalam persen)

Dalam penelitian ini jumlah populasi (N) = 1.149.359 orang, dengan toleransi ketidak telitian (α) sebesar 10% maka ukuran sampel:

$$n = \frac{1.149.359}{1 + 1.149.359 (10\%)^2}$$

$$n = 99,99 \Rightarrow 100$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampelnya adalah sebanyak 100 orang.

Dari jumlah sampel tersebut kemudian ditentukan jumlah masing-masing sampel menurut tingkat (strata) dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Proportional Stratified Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi dan berstrata secara acak, dengan rumus (Riduwan, 2014:28) :

$$n_i = N_i/N.n$$

Keterangan:

n_i = jumlah sampel menurut stratum

n = jumlah sampel seluruhnya

N_i = jumlah populasi menurut stratum

N = jumlah populasi seluruhnya

a. Kecamatan Tampan

$$329.796 / 1.149.359 \times 100 = 28,69 \text{ (29 responden)}$$

b. Kecamatan Payung Sekaki

$$91.266 / 1.149.359 \times 100 = 7,94 \text{ (8 responden)}$$

- c. Kecamatan Bukit Raya
 $103.722 / 1.149.359 \times 100 = 9,02$ (9 responden)
- d. Kecamatan Marpoyan Damai
 $131.550 / 1.149.359 \times 100 = 11,44$ (11 responden)
- e. Kecamatan Tenayan Raya
 $169.994 / 1.149.359 \times 100 = 14,79$ (15 responden)
- f. Kecamatan Lima Puluh
 $43.461 / 1.149.359 \times 100 = 3,78$ (4 responden)
- g. Kecamatan Sail
 $21.499 / 1.149.359 \times 100 = 1,87$ (2 responden)
- h. Kecamatan Pekanbaru Kota
 $36.572 / 1.149.359 \times 100 = 3,18$ (3 responden)
- i. Kecamatan Sukajadi
 $47.420 / 1.149.359 \times 100 = 4,12$ (4 responden)
- j. Kecamatan Senapelan
 $36.599 / 1.149.359 \times 100 = 3,18$ (3 responden)
- k. Kecamatan Rumbai
 $67.878 / 1.149.359 \times 100 = 5,90$ (6 responden)
- l. Kecamatan Rumbai Pesisir
 $69.604 / 1.149.359 \times 100 = 6,05$ (6 responden)

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel perkecamatan di Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Ukuran Sampel Perkecamatan di Kota Pekanbaru

No	Kecamatan	Jumlah	Sampel
1	Tampan	329.796	29
2	Payung Sekaki	91.266	8
3	Bukit Raya	103.722	9
4	Marpoyan Damai	131.550	11
5	Tenayan Raya	169.994	15
6	Lima Puluh	43.461	4
7	Sail	21.499	2
8	Pekanbaru Kota	36.572	3
9	Sukajadi	47.420	4
10	Senapelan	36.599	3
11	Rumbai	67.878	6
12	Rumbai Pesisir	69.604	6
Jumlah		1.149.359	100

Sumber: Data Olahan 2020

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data-data yang kongkrit yaitu data primer dan data sekunder yang benar-benar mendukung dalam mengumpulkan data, beberapa teknik diantaranya yaitu kuesioner membuat sejumlah pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden yang dianggap sampel yang terpilih.

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dalam dua bagian, yaitu sebagai berikut:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.

- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. (Hasan, 2010:19)

2. Teknik Pengumpulan Data

Agar data yang dikumpulkan baik dan benar, instrumen pengumpulan datanya pun harus baik. Ada beberapa instrumen pengumpulan yang akan dibahas berikut ini sesuai dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah, sebagai berikut (Riduwan, 2015:70-77):

- a. Angket (*Questionnaire*), yaitu daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan responden sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dan responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Angket dibedakan menjadi dua jenis, yaitu angket terbuka dan angket tertutup.
- b. Wawancara (*Interview*), yaitu suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit.

- c. Pengamatan (*Observation*), yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.
- d. Dokumentasi (*Documentation*), yaitu ditunjukkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumentedocumenter yang relevan penelitian.

F. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah semua data terhimpun dan telah dapat memberikan gambaran yang menyeluruh tentang objek penelitian. Tahap-tahap pengolahan data dilakukan sebagai berikut (Dairi, 2010:77):

1. Penyuntingan (*Editing*), yakni pemeriksaan terhadap data, apakah ada pengisian data yang salah keliru atau tidak logis. Editing atau penyuntingan dilakukan terhadap data yang telah terkumpul baik melalui angket maupun melalui wawancara.
2. Pengkodean (*Coding*), yakni pemberian tanda, simbol dan kode bagi tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.
3. Pembeberan (*Tabulating*), yakni menyusun data untuk memudahkan melakukan analisa, selanjutnya dilakukan interpretasi/penafsiran guna sampai pada kesimpulan akhir dari penelitian.

G. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif yaitu analisis yang digunakan untuk penganalisaan secara argumentatif berdasarkan data-data bersifat karakteristik seperti jenis kelamin dan umur atas jawaban kuesioner yang diperoleh dari pengetahuan masyarakat Kota Pekanbaru mengenai label halal.

Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis secara statistik guna melakukan uji penelitian terhadap data-data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana proses perhitungannya menggunakan SPSS *for Windows* versi 22.0.

Karena kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan lima alternatif pilihan (Skala Likert), maka terlebih dahulu data kuesioner yang sudah berhasil dikumpulkan akan dilakukan pengujian terlebih dahulu. Pengujian yang dilakukan adalah, sebagai berikut (Riduwan, 2014:21):

Tabel 5. Skala Likert beserta Skornya

Alternatif Jawaban	Skor Pertanyaan Positif	Skor Pertanyaan Negatif
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
N (Netral)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Data Olahan 2020

H. Uji Coba Instrumen

Pada uji instrumen peneliti menggunakan *SPSS for Windows* versi 22.0

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu objek yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan. Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai validitas hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r tabel $\alpha = 5\%$ (Sanusi, 2011:76).

Metode uji validitas dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item. Skor item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Jika nilai korelasi r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} atau nilai korelasi negatif maka item tidak valid (Priyatno, 2016:53).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas di definisikan sebagai suatu alat pengukur untuk menunjukkan seberapa konsistennya sebuah hasil pengukuran. Alat pengukur itu juga sering digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau bisa juga digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan. Kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai

reliabilitas hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r tabel $\alpha = 5\%$ (Sanusi, 2011:80).

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Penyajian hasil analisis deskriptif biasanya berupa persentase, rata-rata, kecenderungan (*trend*), median dan modus (Sanusi, 2011:13-14). Dalam penelitian ini, hasil analisis deskriptif akan disajikan dalam bentuk tabel dan diagram, hal tersebut akan mempermudah pembaca.

2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi yang jelas dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara random (Sugiyono, 2012:207). Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan analisis.

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan maka perlu dilakukan uji

asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji linieritas regresi, uji heteroskedasitas dan uji multikolinearitas.

a. Pengujian Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak. Hal ini, dapat dilakukan menggunakan model regresi yang baik. Yang dimaksud model regresi ialah model yang dimiliki uji normalitas yang mana jika distribusi normal atau mendekati normal, maka layak dilakukan sebuah pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS versi 22.0. Menurut Santoso (2012:293) dasar pengambilan sebuah keputusan bisa dilakukan menggunakan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu: Jika, probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi ialah normal. Sedangkan jika, probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi ialah tidak normal.

2) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji data yang dihubungkan, apakah berbentuk garis linier atau tidak. Uji linieritas bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel X dengan variabel Y bersifat linier, kuadratik atau dalam derajat

lebih tinggi. Maksudnya apakah garis X dan Y membentuk garis lurus atau tidak, jika tidak linier maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan (Riduwan, 2011:184). Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22.0.

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika model regresinya baik maka seharusnya tidak akan terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika terjadi multikolinieritas pada salah satu variabel bebas, maka sebaiknya salah satu variabel bebas yang ada dikeluarkan dari model regresinya, jika sudah maka lakukan pembuatan model regresi kembali (Santoso, 2010:234).

Menurut Santoso (2010:236) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{\text{Tolerance}} \text{ atau } \text{Tolerance} = \frac{1}{VIF}$$

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika tidak terjadi Heteroskedastisitas maka model regresi dapat dikatakan

baik. Model regresi yang baik ialah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar) (Ghozali, 2013:139).

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis regresi, karena variabel bebasnya lebih dari satu maka digunakan persamaan regresi linear berganda.

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2014:277) bahwa analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel independen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber: (Sugiyono, 2014 : 277)

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Bilangan Konstanta

b₁ = Koefisien Korelasi Pemahaman Label Halal

b₂ = Koefisien Korelasi Faktor Sosial

X₁ = Pemahaman Label Halal

X₂ = Faktor Sosial

Analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 22.0, berikut langkah-langkah dalam analisis regresi linier berganda, antara lain:

1) Uji Parsial (Uji-t)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan nilai rata-rata antara dua kelompok data yang berpasangan (Riduwan, 2015:165-167). Rumus uji-t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1}{n_1} + \frac{s_2}{n_2} - 2r \cdot \left(\frac{s_1}{\sqrt{n_1}}\right) + \left(\frac{s_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$$

Keterangan:

R = Nilai korelasi X₁ dengan X₂

N = Jumlah sampel

\bar{x}_1 = Rata-rata sampel ke-1

\bar{x}_2 = Rata-rata sampel ke-2

s₁ = Standar Deviasi sampel ke-1

s_2 = Standar Deviasi sampel ke-2

S_1 =Varians sampel ke-1

Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat
- b) Membuat hipotesis dalam model statistik
- c) Menentukan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)
- d) Menentukan uji yang akan digunakan
- e) Kaidah pengujian

Jika: $- t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}(\alpha/2)}$ 'maka H_0 diterima

Jika: $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}(\alpha/2)}$ 'maka H_0 ditolak

- f) Menghitung nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}
- g) Membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung}
- h) Membuat kesimpulan

2) Uji Simultan (Uji-F)

Uji F adalah uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variable bebasnya secara bersama-sama terhadap variable terikatnya atau untuk menguji apakah model regresi yang dibuat baik/signifikan atau tidak baik/non–signifikan (Siregar, 2014:293-298). Rumus uji-F sebagai berikut:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / (K - 1)}{1 - R^2 / (n - k)}$$

Keterangan:

F = Nilai F hitung

R^2 = Koefisien Determinasi

k = Jumlah Variabel

n = Jumlah Peamatan (ukuran sampel)

Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat
- b) Membuat hipotesis dalam model statistik
- c) Menentukan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)
- d) Menentukan kaidah pengujian:

4. Jika: $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika: $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

5. Jika: $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika: $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

- e) Menghitung nilai F_{hitung} dan F_{tabel}
- f) Membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung}
- g) Membuat kesimpulan

3) Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variable atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variable.

Tabel 6. Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat Kuat

Sumber: (Siregar, 2014:337)

4) Mencari Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variable atau lebih X (bebas) terhadap variable Y (terikat). (Siregar, 2014:338)

$$\text{Rumus: } KD = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Sejarah Singkat Kota Pekanbaru

Nama Pekanbaru dahulunya dikenal dengan nama “Senapelan” yang saat itu dipimpin oleh seorang Kepala Suku disebut Batin. Daerah ini terus berkembang menjadi kawasan pemukiman baru dan seiring waktu berubah menjadi Dusun Payung Sekaki yang terletak di Muara Sungai Siak. Pada tanggal 9 April tahun 1689, telah diperoleh sebuah perjanjian antara Kerajaan Johor dengan Belanda (VOC) dimana dalam perjanjian tersebut Belanda diberi hak yang lebih luas. Diantaranya pembebasan cukai dan monopoli terhadap beberapa jenis barang dagangan. Selain itu Belanda juga mendirikan Loji di Petapahan yang saat itu merupakan kawasan yang maju dan cukup penting. Karena kapal Belanda tidak dapat masuk ke Petapahan, maka Senapelan menjadi tempat pemberhentian kapal-kapal Belanda, selanjutnya pelayaran ke Petapahan dilanjutkan dengan perahu-perahu kecil. Dengan kondisi ini, Payung Sekaki atau Senapelan menjadi tempat pengumpulan berbagai komoditi perdagangan baik dari luar untuk diangkut ke pedalaman, maupun dari pedalaman untuk dibawa keluar berupa bahan tambang seperti timah, emas, barang kerajinan kayu dan hasil hutan lainnya.

Terus berkembang, Payung Sekaki atau Senapelan memegang peranan penting dalam lalu lintas perdagangan. Letak Senapelan yang strategis dan kondisi Sungai Siak yang tenang dan dalam membuat perkampungan ini memegang posisi silang, baik dari pedalaman Tapung maupun pedalaman Minangkabau dan Kampar. Hal ini juga mengasah berkembangnya sarana jalan darat melalui rute Teratak Buluh (Sungai Kelulut), Tangkerang hingga ke Senapelan sebagai daerah yang strategis dan menjadi pintu gerbang perdagangan yang cukup penting.

Perkembangan Senapelan sangat erat dengan Kerajaan Siak Sri Indra Pura. Semenjak Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah menetap di Senapelan, beliau membangun Istana di Kampung Bukit dan diperkirakan Istana tersebut terletak disekitar lokasi Mesjid Raya sekarang. Sultan kemudian berinisiatif membuat pasar di Senapelan namun tidak berkembang. Kemudian usaha yang dirintis tersebut dilanjutkan oleh putranya Raja Muda Muhammad Ali yang bergelar Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazamsyah meskipun lokasi pasar bergeser di sekitar Pelabuhan Pekanbaru sekarang. Akhirnya menurut catatan yang dibuat oleh Imam Suhil Siak, Senapelan yang kemudian lebih populer disebut Pekanbaru resmi didirikan pada tanggal 21 Rajab hari Selasa tahun 1204 H bersamaan dengan 23 Juni 1784 M oleh Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazamsyah dibawah pemerintahan Sultan Yahya yang kemudian ditetapkan sebagai hari jadi Kota Pekanbaru.

Sejak ditinggal oleh Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazamsyah, penguasaan Senapelan diserahkan kepada Datuk Bandar yang dibantu oleh empat Datuk besar yaitu Datuk Lima Puluh, Datuk Tanah Datar, Datuk Pesisir dan Datuk Kampar. Mereka tidak memiliki wilayah sendiri tetapi mendampingi Datuk Bandar. Keempat Datuk tersebut bertanggungjawab kepada Sultan Siak dan jalannya pemerintahan berada sepenuhnya ditangan Datuk Bandar.

Selanjutnya perkembangan tentang pemerintahan di Kota Pekanbaru selalu mengalami perubahan :

1. SK Kerajaan *Bershuit van Inlandsch Zelfbestuur van Siak* No. 1 tanggal 19 Oktober 1919, Pekanbaru bagian dari Kerajaan Siak yang disebut District.
2. Tahun 1932 Pekanbaru masuk wilayah Kampar Kiri dipimpin oleh seorang Controleor berkedudukan di Pekanbaru.
3. Tanggal 8 Maret 1942 Pekanbaru dipimpin oleh seorang Gubernur Militer Go Kung, Distrik menjadi Gum yang dikepalai oleh Gunco.
4. Ketetapan Gubernur Sumatera di Medan tanggal 17 Mei 1946 No. 103, Pekanbaru dijadikan daerah otonom yang disebut Haminte atau Kota B.
5. UU No.22 tahun 1948 Kabupaten Pekanbaru diganti dengan Kabupaten Kampar, Kota Pekanbaru diberi status Kota Kecil.

6. UU No.8 tahun 1956 menyempurnakan status Kota Pekanbaru sebagai Kota Kecil.
7. UU No.1 tahun 1957 status Pekanbaru menjadi Kota Praja.
8. Kepmendagri No. 52/1/44-25 tanggal 20 Januari 1959 Pekanbaru menjadi Ibukota Propinsi Riau.
9. UU No.18 tahun 1965 resmi pemakaian sebutan Kotamadya Pekanbaru.
10. UU No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah sebutan Kotamadya berubah menjadi Kota Pekanbaru.

2. Pekanbaru Sebagai Ibu Kota Provinsi Riau

Berdasarkan Penetapan Gubernur Sumatera di Medan No. 103 tanggal 17 Mei 1956, Kota Pekanbaru dijadikan Daerah Otonomi yang disebut Harminte (kota Baru) sekaligus dijadikan Kota Praja Pekanbaru. Dan pada tahun 1958, Pemerintah Pusat yang dalam hal ini Kementerian Dalam Negeri RI mulai menetapkan ibukota Provinsi Riau secara permanen. Sebelumnya Kota Tanjung Pinang Kepulauan Riau ditunjuk sebagai ibu kota provinsi hanya bersifat sementara. Dalam hal ini Menteri Dalam Negeri RI telah mengirim surat kawat kepada Gubernur Riau tanggal 30 Agustus 1958 No. Sekr. 15/15/6.

Untuk menanggapi maksud berita tersebut, dengan penuh pertimbangan yang dapat dipertanggungjawabkan, maka Badan Penasehat meminta kepada Gubernur supaya membentuk suatu Panitia Khusus. Dengan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Swatantra tingkat I

Riau tanggal 22 September 1958 No. 21/0/3-D/58 dibentuk panitia Penyelidik Penetapan Ibukota Daerah Swatantra Tingkat I Riau. Panitia ini telah berkeliling ke seluruh daerah di Riau untuk mendengar pendapat pemuka masyarakat, penguasa Perang Riau Daratan dan Penguasa Perang Riau Kepulauan. Dari angket langsung yang diadakan panitia tersebut, maka diambillah ketetapan bahwa kota Pekanbaru terpilih sebagai ibukota Propinsi Riau. Keputusan ini langsung disampaikan kepada Menteri Dalam Negeri RI. Akhirnya tanggal 20 Januari 1959 dikeluarkan Surat Keputusan dengan No. Des 52/1/44-25 yang menetapkan Pekanbaru sebagai ibukota Provinsi Riau sekaligus Pekanbaru memperoleh status Kotamadya Daerah Tingkat II Pekanbaru.

Untuk merealisasi ketetapan tersebut, pemerintah pusat membentuk Panitia Interdepartemental, karena pemindahan Ibukota dari Tanjungpinang ke Pekanbaru menyangkut kepentingan semua Departemen. Sebagai pelaksana di daerah dibentuk suatu badan di Pekanbaru yang diketuai oleh Penguasa Perang Riau Daratan Letkol. Kaharuddin Nasution.

Sejak itulah mulai dibangun Kota Pekanbaru dan untuk tahap pertama mempersiapkan sejumlah bangunan dalam waktu singkat agar dapat menampung pemindahan kantor dan pegawai dari Tanjungpinang ke Pekanbaru. Sementara persiapan pemindahan secara simultan terus dilaksanakan, perubahan struktur pemerintahan daerah berdasarkan Panpres No. 6/1959 sekaligus direalisasi.

Gubernur Propinsi Riau Mr. S. M. Amin digantikan oleh Letkol Kaharuddin Nasution yang dilantik di gedung Sekolah Pei Ing Pekanbaru tanggal 6 Januari 1960. Karena Kota Pekanbaru mempunyai gedung yang representatif, maka dipakailah gedung sekolah *Pei Ing* untuk tempat upacara.

3. **Admisnistrasi Pemerintahan Kota Pekanbaru**

Sebelum tahun 1960, Pekanbaru hanyalah kota dengan luas 16 km² yang kemudian bertambah menjadi 62.96 km² dengan 2 kecamatan yaitu Kecamatan Senapelan dan Kecamatan Limapuluh. Selanjutnya pada tahun 1965 bertambah menjadi 6 kecamatan dan tahun 1987 menjadi 8 kecamatan dengan luas wilayah 446.50 km².

Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatkan pula tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan Lainnya.

4. **Visi dan Misi Kota Pekanbaru**

Sesuai dengan visi dan misi Kota Pekanbaru yang tercantum dalam RPJMD Kota Pekanbaru Tahun 2017 - 2022, maka visi dan misi kepala daerah kota Pekanbaru Tahun 2017 - 2022 adalah :

a. Visi kota Pekanbaru

“Terwujudnya Pekanbaru sebagai *Smart City* yang Madani (Pekanbaru *Smart Madani City*)”

- *Smart City* adalah : Kota pintar atau kota cerdas, yaitu sebuah tatanan kota yang menggunakan sistem teknologi informasi sehingga memudahkan di dalam pengelolaan kota dan pelayanan warganya. *Smart city* ini meliputi 6 pilar, yaitu *Smart Government* (Pemerintahan Pintar), *Smart Economy* (Ekonomi Pintar), *Smart Mobility* (Mobilitas Pintar), *Smart People* (Masyarakat Pintar), *Smart Living* (Lingkungan Pintar), dan *Smart Live* (Hidup Pintar).
- Madani adalah : Kota yang memiliki akhlak mulia, peradaban maju, modern, memiliki kesadaran sosial yang kuat, gotong royong, toleran, dalam sistem politik yang demokratis dan ditopang oleh supremasi hukum yang berkeadilan, berpendidikan maju, berbudaya Melayu, aman, nyaman, damai, sejahtera, bertanggungjawab serta berlandaskan iman dan taqwa.

b. Misi kota Pekanbaru

Untuk mewujudkan visi tersebut diatas, sesuai dengan harapan terwujudnya Pekanbaru sebagai Smart City yang madani, maka misi pembangunan Kota Pekanbaru Tahun 2017 - 2022 adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang bertaqwa, berkualitas dan berdaya saing tinggi.

2. Memujudkan pembangunan masyarakat Madani dalam lingkup masyarakat berbudaya Melayu.
3. Mewujudkan Pekanbaru Kota cerdas dari penyediaan infrastruktur yang memadai (sesuai dengan RPJP tahap ketiga).
4. Mewujudkan pembangunan ekonomi berbasiskan ekonomi kerakyatan dan ekonomi padat modal pada tiga sektor unggulan yaitu jasa, perdagangan dan industri (olahan dan *MICE*).
5. Mewujudkan lingkungan Perkotaan yang layak huni (*liveable city*) dan ramah lingkungan (*green city*).

Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentuklah Kecamatan Baru dengan Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2003 menjadi 12 Kecamatan dan Kelurahan/Desa baru dengan Perda tahun 2003 menjadi 58 Kelurahan/Desa.

1) Kecamatan Tampan

Kecamatan Tampan merupakan salah satu Kecamatan di Ibukota Pekanbaru yang dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, tanggal 20 September 1996 Nomor KPTS:151/IX/1996. Kecamatan Tampan merupakan wilayah terluas dibandingkan kecamatan lain yang ada di wilayah

Kota Pekanbaru. Terdiri atas 141 RW dan 620 RT, dengan luas wilayah 59,81km² dan dengan jumlah Kelurahan sebanyak Sembilan (9) Kelurahan yaitu:

- a) Kelurahan Sidomulyo Barat
- b) Kelurahan Sialang Munggu
- c) Kelurahan Tuah Karya
- d) Kelurahan Simpang Baru
- e) Kelurahan Tobek Godang
- f) Kelurahan Delima
- g) Kelurahan Air Putih
- h) Kelurahan Bina Widya
- i) Kelurahan Tuah Madani

2) Kecamatan Payung Sekaki

Kecamatan Payung Sekaki terdiri atas tujuh (7) kelurahan, 43 RW dan 201 RT. Luas wilayah Kecamatan Payung Sekaki 43,24 km². Dengan tujuh (7) Kelurahan yang berada di lingkungan Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru yaitu:

- a) Kelurahan Labuh Baru Timur
- b) Kelurahan Tampan
- c) Kelurahan Air Hitam
- d) Kelurahan Labuh Baru Barat
- e) Kelurahan Bandar Raya
- f) Kelurahan Sungai Sibam

g) Kelurahan Tirta Siak

3) Kecamatan Bukit Raya

Kecamatan Bukit Raya terdiri atas 58 RW dan 247 RT. Luas wilayah Kecamatan Bukit Raya 22,05 km². Dengan jumlah Kelurahan sebanyak lima (5) Kelurahan yaitu:

- a) Kelurahan Simpang Tiga
- b) Kelurahan Tengkerang Selatan
- c) Tengkerang Utara
- d) Tengkerang Labuai
- e) Air Dingin

4) Kecamatan Marpoyan Damai

Luas wilayah Kecamatan Marpoyan Damai 29,79 km². Kecamatan Marpoyan Damai terdiri dari 6 (enam) Kelurahan, 77 RW dan 331 RT. Enam (6) Kelurahan tersebut adalah:

- a) Kelurahan Tengkerang Tengah
- b) Kelurahan Tengkerang Barat
- c) Kelurahan Maharatu
- d) Kelurahan Sidomulyo Timur
- e) Kelurahan Wonorejo
- f) Kelurahan Perhentian Marpoyan

5) Kecamatan Tenayan Raya

Kecamatan Tenayan Raya terdiri atas 134 RW dan 492 RT. Luas wilayah Kecamatan Tenayan Raya 171,27 km². Kecamatan Tenayan Raya terdiri dari tiga belas(13) Kelurahan, yaitu:

- a) Kelurahan Kulim
- b) Kelurahan Tengkerang Timur
- c) Kelurahan Rejosari
- d) Kelurahan Bencah Lesung
- e) Kelurahan Sialang Rampai
- f) Kelurahan Pebatuan
- g) Kelurahan Mentangor
- h) Kelurahan Pematang Kapau
- i) Kelurahan Sialang Sakti
- j) Kelurahan Buah Negeri
- k) Kelurahan Melabung
- l) Kelurahan Industri Tenayan
- m) Kelurahan Bambu Kuning

6) Kecamatan Limapuluh

Kecamatan Limapuluh terdiri atas 30 RW dan 121 RT. Luas wilayah Kecamatan Limapuluh 4,04 km². Kecamatan Limapuluh terdiri dari empat (4) Kelurahan, yaitu:

- a) Kelurahan Rintis
- b) Kelurahan Sekip

- c) Kelurahan Tanjung Rhu
- d) Kelurahan Pesisir

7) Kecamatan Sail

Kecamatan Sail terdiri atas tiga (3) Kelurahan, 18 RW dan 76 RT. Luas wilayah Kecamatan Sail 3,44 km². Tiga (3) Kelurahan Kecamatan Sail sebagai berikut:

- a) Kelurahan Cinta Raja
- b) Kelurahan Suka Maju
- c) Kelurahan Suka Mulia

8) Kecamatan Pekanbaru Kota

Luas wilayah Kecamatan Pekanbaru Kota adalah 2,26 km². Kecamatan Pekanbaru Kota terdiri dari enam(6) kelurahandan memiliki 40 RW serta 124 RT. Enam (6) Kelurahan Kecamatan Pekanbaru Kota yaitu:

- a) Kelurahan Simpang Empat
- b) Kelurahan Sumahilang
- c) Kelurahan Tanah Datar
- d) Kelurahan Kota Baru
- e) Kelurahan Sukaramai
- f) Kelurahan Kota Tinggi

9) Kecamatan Sukajadi

Kecamatan Sukajadi terdiri atas 38 RW dan 150 RT. Luas wilayah Kecamatan Sukajadi 3,76 km². Kecamatan Sukajadi terdiri dari tujuh (7) Kelurahan, yaitu:

- a) Kelurahan Jadirejo
- b) Kelurahan Kampung Tengah
- c) Kelurahan Kampung Melayu
- d) Kelurahan Kedungsari
- e) Kelurahan Harjosari
- f) Kelurahan Sukajadi
- g) Kelurahan Pulau Karam

10) Kecamatan Senapelan

Kecamatan Senapelan terdiri atas 42 RW dan 146 RT. Luas wilayah Kecamatan Senapelan 6,65 km². Kecamatan Senapelan terdiri dari enam (6) Kelurahan, yaitu:

- a) Kelurahan Padang Bulan
- b) Kelurahan Padang Terbuk
- c) Kelurahan Sago
- d) Kelurahan Kampung Dalam
- e) Kelurahan Kampung Bandar
- f) Kelurahan Kampung Baru

11) Kecamatan Rumbai

Luas wilayah Kecamatan Rumbai adalah 128,85 km².

Kecamatan Rumbai terdiri dari sembilan (9) Kelurahan, 73 RW dan 281 RT. Sembilan (9) Kelurahan tersebut adalah:

- a) Kelurahan Umban Sari
- b) Kelurahan Rumbai Bukit
- c) Kelurahan Muara Fajar Barat
- d) Kelurahan Muara Fajar Timur
- e) Kelurahan Agro Wisata
- f) Kelurahan Maharani
- g) Kelurahan Rantau Panjang
- h) Kelurahan Palas
- i) Kelurahan Sri Meranti

12) Kecamatan Rumbai Pesisir

Kecamatan Rumbai Pesisir terdiri atas 77 RW dan 310 RT.

Luas wilayah Kecamatan Rumbai Pesisir 157,33 km². Kecamatan Rumbai Pesisir terdiri dari delapan (8) Kelurahan, yaitu:

- a) Kelurahan Meranti Pandak
- b) Kelurahan Limbungan
- c) Kelurahan Lembah Sari
- d) Kelurahan Lembah Damai
- e) Kelurahan Limbungan Baru
- f) Kelurahan Tebing Tinggi Okura

g) Kelurahan Sungai Ambang

h) Kelurahan Sungai Ukai

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini ialah masyarakat muslim Kota Pekanbaru. Karakteristik responden dibagi berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Kecamatan. Pengolahan data ini dilakukan dengan bantuan *SPSS Versi 22.0*.

1. Data Jenis Kelamin Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 masyarakat muslim di Pekanbaru. Berikut ini akan disajikan deskripsi data responden berdasarkan karakteristiknya:

Tabel 7. Data Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	35	35.0	35.0	35.0
	Perempuan	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Dari tabel 7 diatas terlihat bahwa jumlah masyarakat berdasarkan jenis kelamin yang paling dominan adalah masyarakat perempuan dengan jumlah 65 orang (65%). Sedangkan yang paling sedikit masyarakat laki-laki dengan jumlah 35 orang (35%).

2. Data Usia Responden

Karakteristik Responden berdasarkan Usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Data Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-23 tahun	41	41.0	41.0	41.0
	24-29 tahun	22	22.0	22.0	63.0
	30-39 tahun	10	10.0	10.0	73.0
	40-49 tahun	12	12.0	12.0	85.0
	Diatas 50 tahun	7	7.0	7.0	92.0
	Dibawah 17 tahun	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 8 diatas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden menunjukkan bahwa responden terbanyak ada pada rentang usia 18-23 tahun dengan jumlah 41 orang (41%), selanjutnya rentang usia 24-29 tahun berjumlah 22 orang (22%), lalu rentang usia 30-39 tahun berjumlah 10 orang (10 %), lalu rentang usia 40-49 tahun berjumlah 12 orang (12%), lalu rentang usia >50 tahun berjumlah 7 orang (7%) dan terakhir untuk rentang usia responden <17 tahun berjumlah 8 orang (8 %).

3. Data Responden Per Kecamatan

Karakteristik Responden berdasarkan Kecamatan responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 9. Data Responden Per Kecamatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bukit Raya	9	9.0	9.0	9.0
Limapuluh	4	4.0	4.0	13.0
Marpoyan Damai	12	12.0	12.0	25.0
Payung Sekaki	8	8.0	8.0	33.0
Pekanbaru Kota	2	2.0	2.0	35.0
Rumbai	6	6.0	6.0	41.0
Rumbai Pesisir	7	7.0	7.0	48.0
Sail	2	2.0	2.0	50.0
Senapelan	3	3.0	3.0	53.0
Sukajadi	4	4.0	4.0	57.0
Tampian	28	28.0	28.0	85.0
Tenayan Raya	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Angket (2020)

Berdasarkan tabel 9 diatas, hasil penelitian menunjukkan bahwa yang paling banyak adalah responden di kecamatan Tampian yaitu sebanyak 28 orang (28%), yang kedua yaitu kecamatan Payung Sekaki sebanyak 8 orang (8%), yang ketiga yaitu kecamatan Bukit Raya sebanyak 9 orang (9%), yang keempat yaitu kecamatan Marpoyan Damai sebanyak 12 orang (12%), yang kelima yaitu kecamatan Tenayan Raya sebanyak 15 orang (15%), yang keenam yaitu kecamatan Lima Puluh sebanyak 4 orang (4%), yang ketujuh yaitu kecamatan Sail sebanyak 2 orang (2%), yang kedelapan yaitu kecamatan Pekanbaru Kota 2 orang (2%), yang kesembilan yaitu

kecamatan Sukajadi sebanyak 4 orang (4%), yang kesepuluh yaitu kecamatan Senapelan sebanyak 3 orang (3%), yang kesebelas yaitu kecamatan Rumbai sebanyak 6 orang (6%) dan yang terakhir yaitu kecamatan Rumbai Pesisir sebanyak 7 orang (7%).

C. Analisis Deskriptif

Data penelitian berupa data hasil angket dari variabel pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap variabel keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 masyarakat muslim di Pekanbaru.

1. Pemahaman Label Halal

Untuk variabel pemahaman label halal menggunakan 6 (Enam) item pernyataan berupa indikator-indikatornya. Untuk lebih jelasnya, tanggapan 100 responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Tanggapan Responden mengenai Pemahaman Label Halal

Pemahaman Label Halal (X ₁)		Frekuensi Jawaban					Total	Rata-rata	Ket
		STS	TS	N	S	SS			
No	Gambar Label Halal	1	2	3	4	5			
1.	Saya mengetahui maksud dari gambar label halal dan selalu memperhatikan ada tidaknya gambar label halal pada produk makanan kemasan berlabel halal yang saya beli.	1	1	4	48	46	100	4,37	Sangat Baik
2.	Dengan adanya gambar label halal yang dikeluarkan LPPOM-MUI, saya yakin bahwa produk makanan kemasan berlabel halal tersebut	1	0	6	51	42	100	4,33	Sangat Baik

	aman untuk dikonsumsi.								
	Tulisan Halal								
3.	Tulisan halal pada kemasan selalu terbaca dengan jelas dan dengan adanya tulisan halal pada kemasan maka meminimalisir kekeliruan konsumen dalam memilih suatu produk makanan kemasan berlabel halal.	0	1	7	58	34	100	4,25	Sangat Baik
4.	Adanya tulisan halal yang terdapat pada produk makanan kemasan berlabel halal tersebut membantu saya dalam mengenali produk tersebut sebelum saya melakukan pembelian.	1	1	5	66	27	100	4,17	Baik
	Gabungan Gambar dan Tulisan Halal								
5.	Dengan adanya gambar dan tulisan halal pada kemasan produk makanan, konsumen muslim percaya produk tersebut boleh dikonsumsi atau tidak, dan itu akan menjadi pertimbangan konsumen muslim dalam memilih suatu produk makanan kemasan berlabel halal.	1	0	7	54	38	100	4,28	Sangat Baik
6.	Dengan mencantumkan gambar dan tulisan halal pada kemasan produk makanan, mempermudah saya untuk mengenali produk makanan kemasan berlabel halal yang bersyariat Islam.	1	3	8	55	33	100	4,16	Baik

Rata-Rata	4,26	Sangat Baik
------------------	-------------	--------------------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan table 10 diatas, dapat dilihat bahwa skor rata-rata yang didapatkan sebesar 4,26 hal ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman label halal terhadap produk makanan kemasan berlabel halal adalah tergolong sangat baik untuk masyarakat muslim Pekanbaru. Dari uraian masing-masing variabel pemahaman label halal pada indikator gambar label halal untuk pernyataan nomor 1 (Satu) mendapatkan angka tertinggi sebesar 4,37 dan nilai terendah pada indikator tulisan halal untuk pernyataan nomor 4 (Empat) dengan angka 4,17.

2. Faktor Sosial

Untuk variabel faktor sosial menggunakan 6 (Enam) item pernyataan berupa indikator-indikatornya. Untuk lebih jelasnya, tanggapan 100 responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 11. Tanggapan Responden mengenai Faktor Sosial

Faktor Sosial (X ₂)		Frekuensi Jawaban					Total	Rata-rata	Ket
		STS	TS	N	S	SS			
No	Kelompok Acuan	1	2	3	4	5			
1.	Saya membeli produk makanan kemasan berlabel halal karena rekomendasi dari rekan-rekan saya.	3	17	46	29	5	100	3,16	Cukup Baik
2.	Kelompok dimana saya bergabung menganjurkan untuk membeli produk makanan kemasan berlabel	0	19	29	47	5	100	3,38	Cukup Baik

	halal.								
	Keluarga								
3.	Saya membeli produk makanan kemasan berlabel halal karena keluarga terdekat selalu mengkonsumsi makanan halal.	2	12	11	54	21	100	3,80	Baik
4.	Saya membeli produk makanan kemasan berlabel halal karena pengaruh dari kerabat saya.	1	33	30	31	5	100	3,06	Cukup Baik
	Peran dan Status								
5.	Saya membeli produk makanan kemasan berlabel halal karena saya memiliki peran dalam masyarakat.	1	13	33	45	8	100	3,46	Baik
6.	Status saya sebagai seorang muslim mewajibkan saya untuk membeli produk makanan kemasan berlabel halal.	1	2	6	53	38	100	4,25	Sangat Baik
Rata-Rata								3,51	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan table 11 diatas, dapat dilihat bahwa skor rata-rata yang didapatkan sebesar 3,51 hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor sosial terhadap produk makanan kemasan berlabel halal adalah tergolong baik bagi masyarakat muslim Pekanbaru. Dari uraian masing-masing variabel faktor sosial pada indikator peran dan status untuk pernyataan nomor 6 (Enam) mendapatkan angka tertinggi sebesar 4,25 dan nilai terendah pada indikator keluarga untuk pernyataan nomor 4 (Empat) dengan angka 3,06.

3. Keputusan Pembelian

Untuk variabel keputusan pembelian menggunakan 10 (Sepuluh) item pernyataan berupa indikator-indikatornya. Untuk lebih jelasnya, tanggapan 100 responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 12. Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian (Y)		Frekuensi Jawaban					Total	Rata-rata	Ket
		STS	TS	N	S	SS			
No	Pengenalan Masalah	1	2	3	4	5			
1.	Kualitas, mutu dan jaminan halal adalah standar yang selalu saya terapkan dalam mempertimbangkan untuk membeli produk makanan kemasan berlabel halal.	1	3	11	55	30	100	4,10	Tinggi
2.	Saya membeli produk makanan kemasan berlabel halal karena sudah mengetahui bahan yang digunakan aman untuk dikonsumsi.	0	10	14	49	27	100	3,93	Tinggi
	Pencarian Informasi								
3.	Sebelum membeli produk makanan kemasan berlabel halal saya mencari informasi terlebih dahulu dari iklan-iklan media elektronik (tv dan radio) yang saya lihat.	0	15	30	45	10	100	3,50	Tinggi
4.	Saya mengetahui informasi mengenai produk makanan kemasan berlabel halal tersebut dari media cetak (Koran, majalah, tabloid dan brosur) yang saya baca sebelum saya	0	16	28	49	7	100	3,47	Tinggi

	melakukan pembelian.								
	Evaluasi Alternatif								
5.	Saya membeli produk makanan kemasan berlabel halal berdasarkan kebutuhan saya.	0	6	16	60	18	100	3,90	Tinggi
6.	Saya membeli produk makanan kemasan berlabel halal karena kualitas produknya terjamin yang baik.	0	2	11	59	28	100	4,13	Tinggi
	Keputusan Pembelian								
7.	Saya memutuskan untuk membeli produk makanan kemasan berlabel halal karena memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam.	0	1	7	60	32	100	4,23	Sangat Tinggi
8.	Saya memutuskan untuk membeli produk makanan kemasan berlabel halal karena kualitas dan mutu produknya sudah teruji.	1	1	10	60	28	100	4,13	Tinggi
	Perilaku Pasca Pembelian								
9.	Saya merasa puas setelah membeli produk makanan kemasan berlabel halal.	0	1	20	54	25	100	40,03	Tinggi
10.	Saya ingin melakukan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal secara rutin.	1	4	20	56	19	100	3,88	Tinggi
Rata-Rata								3,93	Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan table 12 diatas, dapat dilihat bahwa skor rata-rata yang didapatkan sebesar 3,93 hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan

pembelian produk makanan kemasan berlabel halal adalah tergolong tinggi untuk masyarakat muslim Pekanbaru. Dari uraian masing-masing variabel Keputusan Pembelian pada indikator keputusan pembelian untuk pernyataan nomor 7 (Tujuh) mendapatkan angka tertinggi sebesar 4,23 dan nilai terendah pada indikator pencarian informasi untuk pernyataan nomor 4 (Empat) dengan angka 3,47.

D. Uji Coba Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu objek yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan. Menurut Sanusi (2011), kuesioner dinyatakan valid apabila nilai validitas hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r tabel $\alpha = 5\%$.

Berikut data yang diperoleh telah dilakukan pengujian validitas dengan hasil:

Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Label Halal

		Pemahaman Label Halal
X1.1	Pearson Correlation	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.2	Pearson Correlation	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	100
X1.3	Pearson Correlation	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.4	Pearson Correlation	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.5	Pearson Correlation	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.6	Pearson Correlation	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 13 diatas, dapat disimpulkan bahwa dari seluruh item pernyataan variabel pemahaman label halal mempunyai nilai “*Correlation*” perhitungan yang lebih besar daripada nilai r tabel (0.195), yang berarti seluruh item pernyataan variabel pemahaman label halal adalah valid, sehingga dapat dilanjutkan ke penelitian berikutnya.

Berikut data yang diperoleh telah dilakukan pengujian validitas dengan hasil:

Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial

		Faktor Sosial
X2.1	Pearson Correlation	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.2	Pearson Correlation	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.3	Pearson Correlation	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.4	Pearson Correlation	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	100
X2.5	Pearson Correlation	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.6	Pearson Correlation	.288**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan table 14 diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel faktor sosial mempunyai nilai “*Correlation*” perhitungan yang lebih besar daripada nilai r tabel (0.195), yang berarti seluruh item pernyataan variabel faktor sosial adalah valid, sehingga dapat dilanjutkan ke penelitian berikutnya.

Berikut data yang diperoleh telah dilakukan pengujian validitas dengan hasil:

Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

		Keputusan Pembelian
Y1.1	Pearson Correlation	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y1.2	Pearson Correlation	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y1.3	Pearson Correlation	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y1.4	Pearson Correlation	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y1.5	Pearson Correlation	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y1.6	Pearson Correlation	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y1.7	Pearson Correlation	.654**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y1.8	Pearson Correlation	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y1.9	Pearson Correlation	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y1.10	Pearson Correlation	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 15 diatas, dapat disimpulkan bahwa dari seluruh item pernyataan variabel keputusan pembelian mempunyai nilai “*Correlation*” perhitungan yang lebih besar daripada nilai r tabel (0.195), yang berarti seluruh item pernyataan variabel keputusan pembelian adalah valid, sehingga dapat dilanjutkan ke penelitian berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai suatu alat pengukur untuk menunjukkan seberapa konsistennya sebuah hasil pengukuran. Alat pengukur itu juga sering digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau bisa juga digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan. Menurut Sanusi (2011), kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai reliabilitas hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r tabel $\alpha = 5\%$.

Berikut data yang diperoleh telah dilakukan pengujian reabilitas dengan hasil:

Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas Pemahaman Label Halal

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	7

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 16 diatas, menunjukkan bahwa dari variabel pemahaman label halal mempunyai nilai "*Cronbach's Alpha*" lebih besar daripada nilai r tabel (0.195), sehingga variabel pemahaman label halal dinyatakan Reliabel.

Berikut data yang diperoleh telah dilakukan pengujian reabilitas dengan hasil:

Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas Faktor Sosial

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	7

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 17 diatas, menunjukkan bahwa dari variabel faktor sosial mempunyai nilai "*Cronbach's Alpha*" lebih besar daripada nilai r tabel (0.195), sehingga variabel faktor sosial dinyatakan Reliabel.

Berikut data yang diperoleh telah dilakukan pengujian reabilitas dengan hasil:

Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	11

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 18 diatas, menunjukkan bahwa dari variabel keputusan pembelian mempunyai nilai "*Cronbach's Alpha*" lebih besar

daripada nilai r tabel (0.195), yang berarti variabel keputusan pembelian dinyatakan Reliabel. Sehingga dapat dilanjutkan ke penelitian berikutnya.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program *SPSS versi 22.0*.

Berdasarkan dari data yang diperoleh, maka memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 19. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.36120328
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.044
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 19 diatas, dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki nilai "Asymp. Sig." 0.200 lebih besar daripada nilai r tabel 0,05 sehingga bisa dinyatakan bahwa semua variabel data tersebut berdistribusi normal, sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji data yang dihubungkan, apakah berbentuk garis linier atau tidak. Uji linieritas bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel X dengan variabel Y bersifat linier, kuadratik atau dalam derajat lebih tinggi. Maksudnya apakah garis X dan Y membentuk garis lurus atau tidak, jika tidak linier maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22.0.

Berdasarkan dari data yang diperoleh, maka memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 20. Hasil Uji Linieritas Pemahaman Label Halal

			F	Sig.
Keputusan Pembelian * Pemahaman Label Halal	Between	(Combined)	2.842	.002
	Groups	Linearity	17.330	.000
		Deviation from Linearity	1.525	.137
Within Groups				
Total				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 20 diatas, dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki nilai “*Deviation from Linearity*” sebesar Sig. 0,137 lebih besar daripada nilai r tabel 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel pemahaman label halal dan variabel keputusan pembelian.

Berdasarkan dari data yang diperoleh, maka memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 21. Hasil Uji Lineritas Faktor Sosial

			F	Sig.
Keputusan Pembelian * Faktor Sosial	Between	(Combined)	3.745	.000
	Groups	Linearity	33.875	.000
		Deviation from Linearity	1.593	.098
Within Groups				
Total				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 21 diatas, dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki nilai “*Deviation from Linearity*” sebesar Sig. 0,098 lebih besar daripada nilai r tabel 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel faktor sosial dan variabel keputusan pembelian, sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terdapat korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinieritas, sebaiknya salah satu independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*.

Berdasarkan dari data yang diperoleh, maka memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 22. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pemahaman Label Halal	.923	1.084
Faktor Sosial	.923	1.084

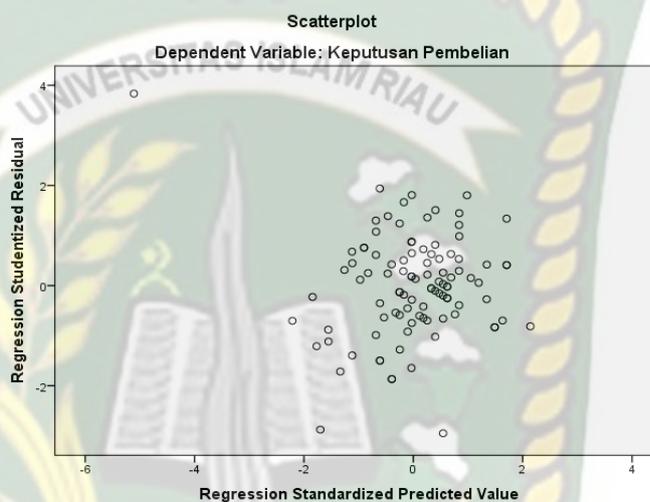
Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 22 diatas, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF yang cukup kecil yang mana berada dibawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya multikolinieritas, sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika tidak terjadi Heteroskedastisitas maka model regresi dapat dikatakan baik. Model regresi yang baik ialah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Berdasarkan dari data yang diperoleh, maka memperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Dari gambar 4 diatas, hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

F. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis regresi, karena variabel bebasnya lebih dari satu maka digunakan persamaan regresi linear berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 23. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistic	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.337	3.927		3.906	.000		
	Pemahaman Label Halal	.420	.142	.262	2.971	.004	.923	1.084
	Faktor Sosial	.626	.132	.419	4.752	.000	.923	1.084

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Dari tabel 23 hasil analisis regresi linier berganda diatas dapat diketahui persamaan regresi linier bergandanya sebagai berikut:

$$Y = 15,337 + 0,262X_1 + 0,419X_2$$

- a. Nilai konstanta adalah sebesar 15,337 yang berarti apabila variabel pemahaman label halal dan faktor sosial nilainya 0, maka variabel keputusan pembelian mengalami peningkatan 15,337.
- b. Nilai koefisien regresi variabel pemahaman label halal sebesar 0,262 yang berarti jika variabel independen lainnya tetap dan pemahaman label halal mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,262 satuan.
- c. Nilai koefisien regresi variabel faktor sosial sebesar 0,419 yang berarti jika variabel independen lainnya tetap dan faktor sosial

mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,419 satuan.

b) Uji Parsial (Uji-t)

Uji t ini digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y, apakah variabel X_1 dan X_2 benar-benar berpengaruh secara parsial atau individual terhadap variabel Y.

Hasil uji parsial (uji-t) yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 24. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.906	.000
	Pemahaman Label Halal	2.971	.004
	Faktor Sosial	4.752	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Dari tabel 24 diatas, hasil pengujian secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Pemahaman Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal pada Masyarakat Muslim di Pekanbaru

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai_{hitung} untuk variabel pemahaman label halal sebesar 2,971 lebih besar dari $t_{tabel} 1.98447$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka, dapat dijelaskan bahwa H_0 yang berbunyi “Pemahaman label halal

memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru” diterima, dan H_1 ditolak. Artinya, bahwa variabel pemahaman label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru. Pengaruhnya bernilai positif, hal ini berarti bahwa semakin tinggi pemahaman label halal pada masyarakat muslim, maka semakin tinggi pula keputusan masyarakat muslim dalam membeli produk makanan kemasan berlabel halal.

2) Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal pada Masyarakat Muslim di Pekanbaru

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel faktor sosial 4,752 lebih besar dari t_{tabel} 1,98447 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka, dapat dijelaskan bahwa H_0 yang berbunyi “Faktor sosial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru” diterima, dan H_2 ditolak. Artinya, bahwa variabel faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru. Pengaruhnya bernilai positif, hal ini berarti bahwa semakin tinggi faktor sosial masyarakat muslim, maka semakin tinggi

pula keputusan masyarakat muslim dalam membeli produk makanan kemasan berlabel halal.

c) Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variable bebasnya secara bersama-sama terhadap variable terikatnya atau untuk menguji apakah model regresi yang dibuat baik/signifikan atau tidak baik/non-signifikan.

Hasil uji simultan (uji-f) yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 25. Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	826.011	2	413.005	21.275	.000 ^b
	Residual	1882.989	97	19.412		
	Total	2709.000	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Dari tabel 25 diatas, dapat diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 21,275 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka hipotesis ketiga yang berbunyi “Pemahaman label halal dan faktor sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru” diterima. Hal ini berarti bahwa variabel pemahaman label halal dan faktor sosial secara simultan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.

d) Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variable atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variable.

Hasil koefisien korelasipemahaman label halal yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 26. Hasil Koefisien Korelasi Pemahaman Label Halal

		Pemahaman Label Halal	Keputusan Pembelian
Pemahaman Label Halal	Pearson Correlation	1	0.378
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	0.378	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 26 diatas, dapat di jelaskan bahwa terdapat korelasi antara variabel pemahaman label halal dengan keputusan pembelian adalah 0,378 sehingga di kategorikan memiliki tingkat hubungan yang lemah yaitu berada pada rentang 0,20 – 0,399.

Hasil koefisien korelasifaktor sosial yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 27. Hasil Koefisien Korelasi Faktor Sosial

		Faktor Sosial	Keputusan Pembelian
Faktor Sosial	Pearson Correlation	1	0.492
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	0.492	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 27 diatas, dapat di jelaskan bahwa terdapat korelasi antara variabel faktor sosial dengan keputusan pembelian adalah 0,492 sehingga di kategorikan memiliki tingkat hubungan yang cukup yaitu berada pada rentang 0,40 – 0,599.

e) Mencari Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel bebas (pemahaman label halal dan faktor sosial) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal).

Hasil hasil koefisien determinasi (R^2) yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 28. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.552	0.305	0.291	4.406

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 28 diatas, dapat di jelaskan bahwa variabel-variabel bebas memiliki kemampuan terbatas dalam memprediksi variabel terikat

yang sedang diteliti. Hal ini ditunjukkan pada nilai Adjusted R Square sebesar 29,1%, nilai tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal dipengaruhi oleh pemahaman label halal dan faktor sosial. Sedangkan sisanya yaitu 70,9% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Sebagaimana yang diuraikan sebelumnya bahwa penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru. Dengan demikian pembahasan yang dilakukan adalah untuk melihat signifikansi pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru. Adapun hasil pengujian dan korelasi secara keseluruhan dari model penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Pemahaman Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal

Dari hasil analisis secara deskriptif, menunjukkan bahwa pemahaman label halal masyarakat muslim di Pekanbaru termasuk dalam kategori sangat baik dengan skor rata-rata yaitu 4,26 (Lihat tabel 10). Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat muslim di Pekanbaru mempunyai pemahaman yang sangat baik terhadap label halal.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel pemahaman label halal sebesar 2,971 lebih besar dari t_{tabel} 1.98447 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.

Semakin tinggi pemahaman masyarakat muslim pada label halal, maka semakin tinggi pula keputusan masyarakat muslim dalam membeli produk makanan kemasan berlabel halal. Sebaliknya semakin rendah pemahaman masyarakat muslim pada label halal, maka semakin rendah pula keputusan masyarakat muslim dalam membeli produk makanan kemasan berlabel halal. Hasil penelitian ini dapat menjawab H_0 yang di kemukakan di awal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wan Satria Adila (2017) yang berjudul "*Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Kasus pada Pegawai Dinas Syariat Islam Kota Banda Aceh)*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman pegawai Dinas Syariat Islam Kota Banda Aceh terhadap label halal cukup tinggi, mereka sangat memegang nilai-nilai syariat termasuk dalam memilih makanan dan sudah seharusnya konsumen muslim wajib memperhatikan hal-hal tersebut dalam kehidupannya.

2. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal

Dari hasil analisis secara deskriptif, menunjukkan bahwa faktor sosial masyarakat muslim di Pekanbaru termasuk dalam kategori baik dengan skor rata-rata yaitu 3,51 (Lihat tabel 11).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel faktor sosial 4,752 lebih besar dari t_{tabel} 1.98447 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.

Semakin tinggi faktor sosial, maka semakin tinggi pula keputusan masyarakat muslim dalam membeli produk makanan kemasan berlabel halal. Sebaliknya semakin rendah faktor sosial, maka semakin rendah pula keputusan masyarakat muslim dalam membeli produk makanan kemasan berlabel halal. Hasil penelitian ini dapat menjawab H_0 yang di kemukakan diawal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdul Aziz (2018) yang berjudul "*Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Kecamatan Tamalate Kota Makassar*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Alfamart.

3. Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pemahaman label halal dan faktor sosial secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian simultan (uji F) yang diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 21,275 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Dari hasil pengujian koefisien korelasi dapat dijelaskan bahwa terdapat korelasi antara variabel pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian sebesar 0,378 dan 0,492, sehingga kedua variabel tersebut dapat dikategorikan memiliki tingkat hubungan yang lemah dan cukup. Untuk hasil koefisien determinasi (R^2), hal ini ditunjukkan pada nilai Adjusted R Square sebesar 29,1%, nilai tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal dipengaruhi oleh pemahaman label halal dan faktor sosial. Sedangkan sisanya yaitu 70,9% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik suatu kesimpulan, sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis secara deskriptif, menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat muslim di Pekanbaru mempunyai pemahaman yang sangat baik terhadap label halal. Hasil lainnya menunjukkan bahwa masyarakat muslim di Pekanbaru juga mempunyai pemahaman yang baik terhadap faktor sosial.
2. Dari hasil pengujian model regresi dengan uji-t, menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu pemahaman label halal dan faktor sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.
3. Dari hasil pengujian model regresi dengan uji-F, menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu pemahaman label halal dan faktor sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru.

4. Dari hasil pengujian koefisien korelasi, menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara variabel pemahaman label halal dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal pada masyarakat muslim di Pekanbaru. Hal ini berarti kedua variabel tersebut dapat dikategorikan memiliki tingkat hubungan yang lemah dan cukup.
5. Dari hasil pengujian koefisien determinasi (R^2), menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal dipengaruhi oleh pemahaman label halal dan faktor sosial.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Bagi seluruh masyarakat muslim agar lebih teliti lagi dan bersikap lebih hati-hati dalam melakukan sebuah keputusan pembelian produk makanan kemasan, dan masyarakat muslim harus lebih memperhatikan lagi ada tidaknya gambar dan tulisan label halal yang resmi dikeluarkan oleh LPPOM-MUI untuk sebuah produk makanan kemasan.
2. Bagi pihak produsen harus lebih meningkatkan lagi kualitas, mutu serta jaminan halal produk makanan kemasan mereka. Agar hal tersebut menjadi standar konsumen dalam mempertimbangkan untuk membeli makanan kemasan dan menjadikannya sebagai suatu

informasi yang mudah ditangkap oleh konsumen untuk mengetahui bahwa produk makanan kemasan tersebut baik dan halal untuk dikonsumsi.

3. Bagi pihak BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) harus mengadakan sosialisasi ke masyarakat-masyarakat muslim tentang Produk Jaminan Halal. Agar masyarakat memiliki jaminan perlindungan dan kepastian hukum hak-hak seorang konsumen muslim terhadap produk halal. Dan pihak BPJPH harus menindak tegas ke para produsen yang memproduksi makanan kemasan tanpa adanya sertikat halal dan juga label halal.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain dalam mengukur sebuah keputusan pembelian selain dari pemahaman label halal dan faktor sosial, mengingat masih ada faktor lain yang bisa mengukur sebuah keputusan pembelian produk makanan kemasan berlabel halal.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku:

- Al-Qur'an, Depertemen Agama RI, 2004, *Al-Qur'an dan Terjemah* Bandung: CV Penerbit J-ART.
- Amin, Ma'ruf, dkk, 2011, *Himpunan Fatwa MUI*, Jakarta: Erlangga.
- Badan Pusat Statistik, *Data Kependudukan Kota Pekanbaru 2018*.
- Dairi, Rizal, 2010, *Metedologi Penelitian Berbasis Kompetensi*, Pekanbaru: UIR-Press.
- Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariatedengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hasan, Iqbal, 2010, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Harahap, Isnaini, dkk, 2015, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Jakarta: Pranamedia.
- Idri, 2015, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Prenadamedia.
- Priyanto, Duwi, 2016, *SPSS Hanbook Analisis Data, Olahan Data & Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*, Jakarta: Mediakom.
- Riduwan, 2014, *Dasar-Dasar Statistika*, Bandung: Alfabeta.
- , 2015, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guu – Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, Anwar, 2011, *Metedologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, Singgih, 2010, *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Cetakan Pertama, Jakarta: PT Elex Media Komutindo.
- , 2012, *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*, Jakarta: PT Elex Media Komutindo.
- Setiadi, Nugroho J, 2010, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* Jakarta: Kencana Prenada Media.

Siregar, Sofiyan, 2014, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Cet-2, Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

-----, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang, 2011, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Thamrin, Abdullah dan Tantri, Francis, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Tjiptono, Fandy, 2014, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Publisher.

Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Skripsi:

Fatkhurohmah, 2015, Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal (Studi pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al Barokah), *Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Munawaroh, Utin, 2016, Faktor-faktot yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Kosmetik Wardah Di Pekanbaru, *Skripsi*, Pekanbaru: Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Riau.

Satria, Adilla Wan, 2017, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Kemasan (Studi Kasus pada Pegawai Dinas Syariat Islam Kota Banda Aceh), *Skripsi*, Banda Aceh: Fakultas Syari'ah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam.

Jurnal:

Adinugraha, Hendri Hermawan, Wikan Isthika, Mila Sartika, 2017, Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research, *Jurnal Perisai*, Vol. 1, No. 3, P. 186.

Daharmi Astuti, Boy Syamsul Bakhri, Marina Zulfa, Sri Wahyuni, 2020, Sosialisasi Standarisasi dan Sertifikasi Produk Halal di Kota Pekanbaru UMKM Area Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau, *BERDAYA : Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol 2, No.1, P. 27-28.

Boy Syamsul Bakhri, 2011, Sistem Ekonomi Islam dalam Perbandingan, *Jurnal Al-hikmah*, Vol. 8, No. 1, P. 46.

Purwati AA, Siahaan JJ & Hamzah Z, 2018, Analisis Pengaruh Iklan, Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Rumah Pekanbaru, *Jurnal Ekonomi KIAT*, Vol. 30, No. 1, P. 23.

Zulkifli, Boy Syamsul Bakhri, Maysuri, Ficha Melina, 2019, Pengaruh Periklanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Hijab Sunsilk Clean And Fresh Pada Mahasiswi Universitas Islam Riau. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, Vol. 1, No. 1, P. 65.

Ady Syahputra, Haroni Doli Hamoraon, 2019, Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 8, P. 478.

Johan Tyas, Edy Sukamto, 2013, Sistem Jaminan Halal, *Jurnal Panduan Halal*, Vol. 10, No. 1, P. 14-17.

Ayu Wulandari, Astri Ayu Purwati, Mufti Hasan Alfani, 2019, Pengaruh Brand Awareness, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa/I Pelita Indonesia Pekanbaru, *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 7. No. 2, P. 241.

Media Masa Cetak:

<http://www.suaraislam.id/inilah-daftar-pemenang-halal-award-2019/> Diakses Pada Tanggal 2019/11/15 Pukul 16:37.

<http://www.m.republika.co.id/lppom-mui-riau-terbitkan-284-sertifikat-halal-sepanjang-2018/> Diakses Pada Tanggal 2019/02/21/ Pukul 21:39.

<http://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halalmui/> Diakses Pada Tanggal 2018/01/22 Pukul 10:01.

<http://www.pusathalal.com/> Diakses Pada Tanggal 2020/07/25.

<http://www.riauonline.co.id/riau/kota-pekanbaru/read/2018/10/03/bpom-riau-imbau-masyarakat-bijak-konsumsi-makanan/> Diakses Pada Tanggal 2018/03/10 Pukul 15:18.

<http://www.jejakpendidikan.com/2017/12/pengertian-pemahaman/> Diakses Pada Tanggal 03/14.

<http://www.indonesia-investments.com/> Diakses Pada Tanggal 2019/10



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau