

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAKANAN HALAL  
(Studi Mahasiswa IAIN Fatahul Muluk Papua)**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

**OLEH:**

**ADE AISAH PUTRI INSANI CHANIAGO**  
**NIM: 20208012043**

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2023**

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAKANAN HALAL  
(Studi Mahasiswa IAIN Fatahul Muluk Papua)**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

**OLEH:**

**ADE AISAH PUTRI INSANI CHANIAGO**  
NIM: 20208012043

**DOSEN PEMBIMBING:**

**Dr. JEIHAN ALI AZHAR, S.Si., M.E.I**  
NIP. 198712072019031009

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2023**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-216/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN HALAL (Studi Mahasiswa IAIN Fatahul Muluk Papua)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ADE AISAH PUTRI INSANI CHANIAGO, S.H  
Nomor Induk Mahasiswa : 20208012043  
Telah diujikan pada : Jumat, 20 Januari 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## TIM UJIAN TUGAS AKHIR



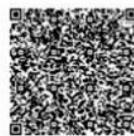
Ketua Sidang  
Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si..M.E.I  
SIGNED

Valid ID: 63449cd39efc3



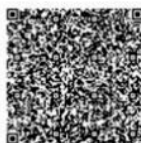
Penguji I  
Dr. Taosige Wau, S.E., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 63d65ec339119



Penguji II  
Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.  
SIGNED

Valid ID: 63d1d3e867059



Yogyakarta, 20 Januari 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 63d7295b83677

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudari Ade Aisah Putri Insani Chaniago

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Tesis saudara:

Nama : Ade Aisah Putri Insani Chaniago

NIM : 20208012043

Judul Tesis : Determinan Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal (Studi Mahasiswa IAIN Fattahul Muluk Papua)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Prodi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 18 Januari 2023

Pembimbing



**Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I**

NIP. 1987/207 201903 1 009

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ade Aisah Putri Insani Chaniago  
NIM : 20208012043  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Determinan Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal (Studi Mahasiswa IAIN Fattahul Muluk Papua)”**

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan tesis ke dalam jurnal yang tersitasi Standard DOAJ (*Directory of Open Access Journals*), guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 18 Januari 2023



Ade Aisah Putri Insani Chaniago

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ade Aisah Putri Insani Chaniago  
NIM : 20208012043  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Tesis


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Determinan Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal (Studi Mahasiswa IAIN Fattahul Muluk Papua)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 18/Januari 2023



Ade Aisah Putri Insani Chaniago

**HALAMAN MOTTO**

*“BERJALANLAH SEBANYAK LANGKAH YANG DI SANGGUPI, LALU  
BERBAGILAH TENTANG APA YANG DI DAPATI”*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

“Tesis ini saya persembahkan untuk anggota keluarga besar saya tercinta serta untuk Almamater saya UIN Sunan Kalijaga”



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)

ذ	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	`	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh

kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عَلَّة	ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliya’</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

_____	Fathah	ditulis	<i>A</i>
_____	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
_____	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā’ mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā’ mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>

4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

#### F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fatḥah + wāwu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوَى الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أَهْلُ السَّنَةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam yang telah memberikan kasih dan sayang kepada seluruh makhluknya. Shalawat dan Salam kepada Rasulullah Muhammad SAW sebagai manusia paling mulia yang telah berhasil menyampaikan ajaran Allah SWT kepada manusia, sehingga memiliki petunjuk hidup yang terang.

Tesis ini adalah karya tulis yang digunakan sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Setelah melalui proses yang relatif panjang, alhamdulillah akhirnya tesis ini selesai dikerjakan dengan berbagai macam kekurangan dan keterbatasannya. Penulis merasa suatu kelegaan dan kebahagiaan tersendiri ketika mengingat waktu pertama kali mencari topik penelitian, membuat proposal penelitian, mengikuti seminar penelitian, dan pada akhirnya memperoleh dosen pembimbing tesis. Tentu penulis menemukan dan mengalami berbagai kesulitan dalam proses pembuatan tesis ini, tetapi alhamdulillah berbagai masalah tersebut dapat diatasi dengan bantuan berbagai pihak sampai akhirnya tesis ini dapat diselesaikan.

Atas bantuan berbagai pihak dalam penyelesaian tesis ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, penulis dengan tulus mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah dan selaku dosen penasehat akademik.
4. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah dan Ibu Herin Ratnaningsih, S.Pd., M.Pd. BI selaku Staf Tata Usaha Magister Ekonomi Syariah.

5. Bapak Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I. selaku dosen pembimbing Tesis yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, nasihat, kritik, saran serta motivasi dalam menyelesaikan naskah tesis ini.
6. Seluruh jajaran dosen dan pengajar di Program Studi Magister Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang senantiasa membimbing penulis semasa studi.
7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.
8. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Amsar Chaniago (Alm) dan Ibu Sawiyem, yang selalu mencintai dan memberikan *support* terbaik.
9. Suami tercinta penulis, Madya Bintang Nugroho, S.Pd. yang sudah banyak membantu, mendukung, bersabar, dan berkorban selama perkuliahan penulis dan selama menyelesaikan tesis ini. Penulis berdoa semoga Allah SWT senantiasa memberi ganjaran ketakwaan dan kebahagiaan kepada beliau atas segala amal baik yang telah dilakukan.
10. Kakak-kakak penulis, kedua Bapak dan Ibu Mertua penulis, dan semua anggota keluarga besar penulis dan Suami.
11. Semua teman-teman yang sudah banyak membantu dalam pengumpulan data serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dan semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amīn Allāhumma Amīn.

Yogyakarta, 18 Januari 2023

Penulis,



Ade Aisah Putri Insani Chaniago

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TESIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xxxii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori.....	12
1. Teori Perilaku Terencana ( <i>Theory Of Planned Behavior</i> ).....	12
2. Keputusan Pembelian.....	17
3. Label Halal .....	18
4. Harga Produk .....	19



5. Kualitas Produk .....	21
6. Bahan Produk .....	22
B. Kajian Pustaka.....	23
C. Pengembangan Hipotesis .....	30
1. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di IAIN Fatahul Muluk Papua.....	31
2. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di IAIN Fatahul Muluk Papua .....	32
3. Pengaruh Persepsi Pengendalian Diri Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di IAIN Fatahul Muluk Papua.....	32
4. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di IAIN Fatahul Muluk Papua. ....	33
5. Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di IAIN Fatahul Muluk Papua. ....	34
6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di IAIN Fatahul Muluk Papua.....	35
7. Pengaruh Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di IAIN Fatahul Muluk Papua.....	36
D. Kerangka Pemikiran.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Desain Penelitian.....	38
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	43
E. Teknik Analisis Data.....	44
1. Analisis Deskriptif .....	44
2. <i>Structural Equation Model-Partial Lest Square (SEM-PLS)</i> .....	45
3. Analisis Inferensial .....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	51
B. Ruang Lingkup dan Waktu Penelitian .....	53
C. Analisis Deskriptif Responden.....	53

D. Hasil Penelitian .....	58
D. Pembahasan.....	78
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan .....	88
B. Implikasi Penelitian.....	89
C. Keterbatasan dan Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswa Aktif IAIN Fatahul Muluk Papua.....	6
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	39
Tabel 3.2	Nilai Skor Kuesioner .....	44
Tabel 4.1	Struktur IAIN Fatahul Muluk Papua .....	52
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal/ Domisili .....	56
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	57
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	58
Tabel 4.7	Hasil Validitas Konvergen.....	59
Tabel 4.8	Hasil Validitas Diskriminan.....	63
Tabel 4.9	Hasil Validitas Diskriminan Matriks <i>Fornell Lacker</i> .....	66
Tabel 4.10	Hasil Reliabilitas Konsistensi Internal.....	67
Tabel 4.11	Hasil Uji kolinearitas .....	68
Tabel 4.12	Hasil Uji Hipotesis.....	71
Tabel 4.13	Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	75
Tabel 4.14	Nilai <i>Effect Size</i> ( $f^2$ ) .....	76
Tabel 4.15	Nilai Predictive Relevance $Q^2$ .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1	Model Analisis Jalur Dalam Penelitian.....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial

Lampiran 3. Rekapitulasi Profil Responden

Lampiran 4. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden

Lampiran 5. Ringkasan Profil Responden

Lampiran 6. Hasil Olah Data

Daftar Riwayat Hidup

## ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini untuk menganalisis determinan keputusan pembelian produk makanan halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer. Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yang merupakan mahasiswa di IAIN Fatahul Muluk Papua yang berjumlah 120 sampel. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan *software WarpPLS* Versi 7.0. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan tidak signifikan dengan nilai *path koefisien* 0,077 dan *p-value* 0,195; norma subjektif berpengaruh positif dan tidak signifikan dengan nilai *path koefisien* 0,061 dan *p-value* 0,251; persepsi pengendalian diri berpengaruh positif dan tidak signifikan dengan nilai *path koefisien* 0,117 dan *p-value* 0,094; label halal berpengaruh positif dan tidak signifikan dengan nilai *path koefisien* 0,099 dan *p-value* 0,134; harga produk berpengaruh positif dan tidak signifikan dengan nilai *path koefisien* 0,178 dan *p-value* 0,022; kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai *path koefisien* 0,364 dan *p-value* 0,000; dan bahan produk berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai *path koefisien* 0,289 dan *p-value* 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif, persepsi pengendalian diri, label halal, harga belum terbukti dalam menentukan keputusan pembelian sedangkan kualitas produk dan bahan produk terbukti dalam menentukan keputusan pembelian produk makanan halal.

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

## **ABSTRACT**

*The main objective of this study is to analyze the determinants of purchasing decisions for halal food products. This study uses a quantitative approach with primary data. The data was obtained through a questionnaire distributed to respondents who were students at IAIN Fattahul Muluk Papua which amounted to 120 samples. The data analysis used in this study is the Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) with the help of WarpPLS Software Version 7.0. The results of this study showed that the attitude variable had a positive and insignificant effect with a path coefficient value of 0.077 and a p-value of 0.195; subjective norms have a positive and insignificant effect with a path value of coefficient 0.061 and a p-value of 0.251; the perception of self-control has a positive and insignificant effect with a path value of 0.117 and a p-value of 0.094; the halal label has a positive and insignificant effect with a path value of 0.099 and a p-value of 0.134; the price of the product has a positive and insignificant effect with a path value of 0.178 and a p-value of 0.022; product quality has a positive and significant effect with a path value of 0.364 and a p-value of 0.000; and the product material has a positive and significant effect with a path value of 0.289 and p-value 0.000, so it can be concluded that attitudes, subjective norms, perceptions of self-control, halal labels, prices have not been proven in determining purchasing decisions whereas The quality of products and product ingredients is proven in determining the purchase decision of halal food products.*

**Keywords:** *TPB, Halal Label, Product Price, Product Quality, Product Ingredients, Purchasing Decision.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Praktek halal dan haram diatur oleh Islam dalam Al Quran dan Hadits. Oleh karena itu halal adalah konsep penting dalam Islam (Nasyi'ah, 2018). Konsep halal merupakan suatu hubungan dengan Tuhan serta hubungan dengan orang lain. Mengonsumsi yang halal dan menghindari yang haram merupakan bagian dari ibadah seorang muslim dan menunjukkan ketaatan terhadap agama yang dianut (Karimah, 2015).

Pasal 29 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mewajibkan Negara melindungi hak setiap penduduk untuk menjalankan agamanya masing-masing dan menjalankan ibadah sesuai dengan keyakinan agama dan filosofinya. Negara wajib memberikan perlindungan dan jaminan terhadap kehalalan barang yang digunakan dan dikonsumsi oleh konsumen muslim agar setiap pemeluk agama dapat beribadah dan menjunjung tinggi ajaran agamanya.

Halal telah mendarah daging dalam cara hidup umat Islam. Fitur halal sangat bervariasi dan mencakup hal-hal seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan lainnya (Faidah, 2017). Label atau tanda yang tertera pada kemasan barang pangan dapat memberikan informasi tentang sertifikasi halal. Ketika produsen menggunakan tanda halal, itu menandakan bahwa produk tersebut telah menjalani prosedur audit yang ketat. Audit tersebut dilakukan dan mencakup berbagai bidang, antara lain data yang disampaikan,



proses produksi, laboratorium, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi, pemasaran, dan presentasi kepada lembaga yang menyelenggarakan sertifikasi halal (Pasal 2 KMA RI No. 519 Tahun 2001 tentang Badan Pemeriksa Makanan Halal). Sertifikat halal akan diterbitkan jika selama audit diketahui bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan yang tidak halal. Dengan ini berarti produsen telah memberikan jaminan bahwa produknya telah halal bagi konsumen (Karimah, 2015).

Keberadaan label halal pada kemasan suatu produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Halal adalah istilah untuk hal-hal yang dapat diterima. Setiap muslim hanya boleh makan dan minum yang halal dan mengamalkan tayyib sebanyak-banyaknya (baik dan sehat). Dalam masyarakat muslim, makan makanan halal merupakan salah satu bentuk keyakinan yang dilindungi undang-undang, khususnya Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, dan kini diwajibkan bagi setiap muslim (Yunitasari dan Anwar, 2019).

Halal berarti disetujui oleh Allah, sedangkan haram berarti tidak diperbolehkan. Makanan mana yang diperbolehkan dan mana makanan yang dilarang ditentukan oleh peraturan makan halal. Muslim tidak diperbolehkan menelan darah, bangkai, alkohol daging babi, atau daging dari hewan yang dibunuh tidak sesuai dengan hukum Islam (Yurindera, 2020). Dengan demikian, yang berhak menghalalkan atau mengharamkan suatu makanan/minuman hanyalah Allah SWT dan Rasul-Nya dijelaskan dalam Al-Qur'an pada (QS. Al Baqarah: 172).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Terjemahan : *“Hai orang-orang yang beriman makanlah diantara rizki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepadaNya kamu menyembah”* (QS. Al Baqarah: 172).

Nilai-nilai perlindungan, keadilan, kejelasan hukum, akuntabilitas dan keterbukaan, efektifitas dan efisiensi, serta profesionalisme dalam memberikan jaminan kehalalan barang. Selain untuk mendongkrak nilai tambah bagi pelaku usaha yang membuat dan memasarkan produk halal, jaminan penyelenggaraan produk halal berupaya memberikan kemudahan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat luas (Busrah, 2019).

Jaminan halal harus ada untuk memenuhi kebutuhan seorang Muslim akan barang-barang halal. Namun tidak semua barang yang dijual di Indonesia dipastikan halal. Karena banyaknya barang dengan informasi non-halal atau tidak ada label halal, konsumen muslim termasuk yang dirugikan (Ramlan dan Nahrowi, 2014). Menurut data sertifikasi LPPOM MUI, secara keseluruhan telah ada 59.951 perusahaan selama delapan tahun terakhir (2011-2018). Perusahaan memproduksi 727.617 barang, 69.985 di antaranya telah mendapatkan sertifikasi halal (LPPOM MUI). Hal ini menunjukkan hanya 9,6% produk yang bersertifikat, sedangkan sisanya belum bersertifikat halal. Belum tentu haram, tapi belum tentu mendapat sertifikasi (Ramadhani, 2022).

IAIN Fatahul Muluk Papua adalah bagian dari Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri Indonesia yang sangat mendukung prinsip-prinsip Islam baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam pengajaran akademik. Hal ini

dimungkinkan untuk menunjukkan salah satu aspek menjaga prinsip-prinsip Islam dengan mengambil bagian dari minuman dan makanan halal. Pelanggan mempertimbangkan labelisasi halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) saat memilih makanan dan minuman (Astogini *et al*, 2011). Umat Islam harus berpegang teguh pada Syariat Islam, yang melarang mereka mengonsumsi atau menyentuh apapun yang najis. Mayoritas mahasiswa IAIN Fatahul Muluk Papua beragama Islam, oleh karena itu diperlukan cara hidup yang Islami.

Faktanya, mahasiswa lebih menyukai sesuatu yang praktis, cepat saji, murah dan tanpa memikirkan kehalalan produk. Dijelaskan juga pada penelitian yang dilakukan oleh Nurohman dan Qurniawati (2019) mahasiswa biasanya menghindari bertanya tentang cara produksi dan bahan yang digunakan dalam produksi makanan dan minuman yang dibuat dengan bahan yang halal saat membeli dan menjual makanan dan minuman. Seharusnya mahasiswa berhati-hati ketika mengonsumsi makanan dan minuman yang tidak bersertifikat halal karena mereka adalah Muslim yang mengikuti ajaran agama. Menanyakan tentang bahan dan metode penyiapan makanan dan minuman adalah salah satu cara untuk menghindari pilihan yang tidak halal.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Mahasiswa Aktif IAIN Fatahul Muluk Papua**

No	Perguruan Tinggi / Program Studi	Jumlah Mahasiswa	Nomor SK BAN-PT	Nilai Akreditasi
1	Pendidikan Agama Islam	169	1244/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/II/2022	A
2	Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	96	3620/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/XII/2018	C
3	Pendidikan Islam	57	1165/SK/BAN-PT/Akred/S/IV/2019	C

	Anak Usia Dini			
4	Tadris Bahasa Inggris	69	2635/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2019	C
5	Tadris Matematika	51	2225/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2019	C
6	Manajemen Pendidikan Islam	90	3078/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019	C
7	Hukum Keluarga Islam	75	8874/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/VI/2021	B
8	Hukum Ekonomi Syariah	39	1115/SK/BAN-PT/Akred/S/IV/2019	B
9	Hukum Tata Negara	91	2767/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2019	C
10	Perbankan Syariah	143	1279/SK/BAN-PT/Akred/S/IV/2019	C
11	Ekonomi Syariah	177	1286/SK/BAN-PT/Akred/S/IV/2019	C
12	Institut Agama Islam Negeri Fatahul Muluk Papua	1057	197/SK/BAN-PT/Akred/PT/IV/2019	B

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah mahasiswa IAIN Fatahul Muluk Papua mempunyai 1057 mahasiswa aktif didalamnya dengan berbagai fasilitas yang disediakan oleh pihak kampus akan tetapi ada satu fasilitas yang belum ada di kampus IAIN Fatahul Muluk yakni belum tersedianya kantin atau tempat khusus untuk produk makanan halal dikampus tersebut sehingga muncul permasalahan dikalangan mahasiswa yang sulit mendapatkan produk makanan halal sedangkan pihak kampus mewajibkan mahasiswa untuk membeli produk makanan halal sehingga hal ini menyebabkan mahasiswa berbelanja di luar lingkungan kampus, dimana kehalalan dari makanan luar masih diragukan kehalalannya karena mengingat sebagian besar warga Kota Jayapura beragama Non-Muslim. Oleh karenanya mahasiswa dituntut untuk memiliki kemampuan

dan pemahaman tentang kehalalan suatu produk makanan halal yang dikonsumsi.

Kewajiban untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik sudah tercantum didalam Al-Qur'an "Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) menyebut nama selain Allah SWT. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah maha pengampun lagi maha penyayang" (Al-Baqarah ayat 173).

Peneliti merujuk pada *Theory Of Planned Behaviour* yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein. *Theory Of Planned Behaviour* menjelaskan bahwa perilaku seseorang akan tampak dalam kaitannya dengan tujuan untuk bertindak (Ajzen, 2005). Teori ini didasarkan pada sudut dasar keyakinan yang dapat mempengaruhi individu untuk menyelesaikan perilaku tertentu (Seni dan Ratnadi, 2017). Variabel yang memiliki pengaruh terhadap kepercayaan dalam melaksanakan pembelian produk makanan halal dapat ditinjau dari segi norma subyektif, sikap maupun kontrol perilaku yang dirasakan (Cahyani *et al.*, 2019).

Perasaan positif atau negatif terhadap suatu aktivitas, seperti menikmati atau tidak menyukainya, dikenal sebagai sikap terhadap perilaku. Tingkat tekanan lingkungan untuk terlibat atau menahan diri dari suatu perilaku dikenal sebagai norma subyektif. Kemampuan pengendalian diri adalah kemampuan meninggalkan suatu perilaku (Ajzen, 1991). TPB dianggap tepat untuk

digunakan sebagai landasan teori untuk menemukan aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku terhadap keputusan pembelian produk makanan halal karena makan makanan halal adalah sebuah perilaku.

*Theory Of Planned Behaviour* yang dijelaskan sebelumnya tentunya banyak digunakan peneliti sebelumnya untuk menjelaskan keputusan pembelian dalam berbagai macam kategori atau berbagai macam penelitian. Penelitian menggunakan *Theory Of Planned Behaviour* dalam memprediksi niat pembelian dilakukan dalam penelitian (Efendi dan Bahrin, 2020; Tairas dan Destiana, 2021). Penelitian menggunakan *Theory Of Planned Behaviour* dalam konteks minat pembelian dilakukan dalam penelitian (Fatmi *et al*, 2020; Mariana *et al*, 2020).

Dalam konteks keputusan pembelian, *Theory Of Planned Behaviour* telah diaplikasikan juga dalam penelitian (Ibrahim dan Adinugraha, 2020; Fitriana dan Suprehatin, 2018; Nurohman dan Qurniawati, 2019). Penelitian tersebut menggunakan *Theory Of Planned Behaviour* dalam memprediksi keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan Nurohman dan Qurniawati (2019) menggunakan variabel label halal, ideologis, ritualistik, eksperensial, intelektual dan konsekuensial sebagai variabel independent dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Sedangkan penelitian Ibrahim dan Adinugraha (2020) menggunakan variabel sikap, labelisasi halal, dan persepsi harga sebagai variabel independent dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent. Sedangkan perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian tersebut

menggunakan variabel *Theory Of Planned Behaviour* yaitu sikap, norma subjektif, persepsi pengendalian diri dan menambah 4 variabel lain yaitu label halal, harga produk, kualitas produk dan bahan produk sebagai variabel independent yang belum pernah diuji secara bersamaan. Selain itu, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS dan objek penelitiannya di IAIN Fatahul Muluk sehingga hal ini menjadi novelty pada penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas maka menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian mengenai keputusan mahasiswa dalam melakukan pembelian produk makanan halal dengan menambahkan label halal, harga produk, kualitas produk dan bahan produk sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Maka penelitian ini berjudul: “Determinan Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal (Studi Mahasiswa IAIN Fatahul Muluk Papua)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Melalui identifikasi dari latar belakang permasalahan diatas, rumusan masalah di dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk?
2. Bagaimana pengaruh norma subjektif terhadap pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk?
3. Bagaimana pengaruh persepsi pengendalian diri terhadap pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk?

4. Bagaimana pengaruh label halal terhadap pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk?
5. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk?
7. Bagaimana pengaruh bahan produk terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini antara lain yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk.
2. Untuk menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi pengendalian diri terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk.
4. Untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk.
5. Untuk menganalisis pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk.



7. Untuk menganalisis pengaruh bahan produk terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Ilmiah

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dalam menganalisis yang mengaitkan antara teori yang berkaitan dengan sikap, norma subjektif, persepsi pengendalian diri, label halal, harga produk, kualitas produk, dan bahan produk.

2. Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk mahasiswa sebagai bahan pertimbangan dalam pembelian produk makanan halal serta dapat memberikan informasi mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Tesis ini berjumlah lima bab. Pertama adalah pendahuluan. Pada bab ini berisikan pemaparan latar belakang dari penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan. Penjelasan lebih rinci mengenai bab pertama dijelaskan lebih lanjut pada bab kedua dalam penelitian ini.

Bab kedua adalah landasan teori dan pengembangan hipotesis. Pada bab kedua, penulis menyajikan landasan teori penelitian, kajian pustaka (penelitian terdahulu), penjelasan pengembangan hipotesis serta kerangka penelitian. Pada

landasan teori, penulis memaparkan penjelasan tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian. Pada kajian pustaka, penulis menguraikan kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan model penelitian tesis ini. Selanjutnya, penulis memaparkan tentang pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran pada penelitian ini.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Pada bab ini, penulis memaparkan bagian-bagian dari metode penelitian yang terdiri dari: populasi, sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

Bab keempat adalah hasil analisis data serta pembahasan. Pada bab ini, penulis menguraikan penjelasan mendalam mengenai analisis deskriptif responden dan hasil penelitian berdasarkan hasil analisis data yang telah di uji. Dalam bab ini, akan didapatkan bagian yang menjelaskan diterima atau tidaknya hipotesis penelitian yang telah diajukan dan pembahasan terhadap hasil pengujian hipotesis.

Bab kelima adalah penutup. Pada bab ini, terdiri dari empat bagian yaitu: kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan keputusan pembelian produk makanan halal. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden yaitu mahasiswa aktif IAIN Fatahul Muluk Papua. Hasil analisis data yang diolah melalui bantuan *WarpPLS* serta pembahasan yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka didapatkan kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk Papua, menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan tidak signifikan sehingga H1 ditolak.
2. Norma Subjektif berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk Papua, menunjukkan bahwa variabel norma subjektif berpengaruh positif dan tidak signifikan sehingga H2 Ditolak.
3. Persepsi pengendalian diri berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk Papua, menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan tidak signifikan sehingga H3 ditolak.
4. Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk Papua, menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan tidak signifikan sehingga H4 ditolak.

5. Harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk Papua, menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan tidak signifikan sehingga H5 ditolak.
6. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk Papua, menunjukkan bahwa variabel sikap dan signifikan berpengaruh positif sehingga H6 diterima.
7. Bahan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di IAIN Fatahul Muluk Papua, menunjukkan bahwa variabel sikap dan signifikan berpengaruh positif sehingga H7 diterima.

## **B. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan pada penelitian diatas olahan data menggunakan Wrap PLS serta argumen-argumen yang mendukung atas penelitian. Maka penelitian ini memiliki implikasi secara keilmuan maupun praktis. Hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya, dimana penelitian ini menggunakan beberapa variabel baru yang pernah diuji pada penelitian sebelumnya. Temuan maupun gambaran dengan hasil yang berbeda akan menambah ilmu pengetahuan baru bagi peneliti. Penelitian ini juga memberikan gambaran dan referensi bagi penelitian selanjutnya terkait faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian spesifiknya pada produk makanan halal.

### C. Keterbatasan dan Saran

Dalam penelitian ini, peneliti mengalami beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain:

1. Peneliti menyadari keterbatasan terhadap jumlah responden pada penelitian ini yang hanya berjumlah 120 responden dengan masing-masing 36% Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 31% Fakultas Tarbiyah dan 33% Fakultas Syariah dan keterbatasan waktu responden untuk menjawab.
2. Dalam Penelitian ini yang menjadi sampel sasaran hanya berfokus di IAIN Fatahul Muluk yang terdiri dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah Sedangkan di Indonesia memiliki banyak Universitas Islam Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta yang bisa dijadikan sampel dalam penelitian ini.
3. Menurut pengamatan peneliti, beberapa tanggapan kuesioner responden kurang konsisten. Hal ini disebabkan oleh kurang telitnya responden dalam memberikan jawaban atas pertanyaan survei. Namun, hal ini dapat dihindari dengan membagikan lebih banyak survei dan membimbing serta memantau responden saat mereka memilih tanggapan mereka. Ini akan membantu responden tetap fokus pada pertanyaan yang ada.
4. Peneliti menggunakan tingkat signifikansi 5% sehingga terdapat 5 variabel yang tidak signifikan dalam penelitian ini. Sedangkan yang signifikan hanya ada 2 variabel saja yaitu pada variabel kualitas produk dan bahan produk saja.

Adapun beberapa saran yang diberikan peneliti kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan menggunakan sampel sasaran atau jangkauan yang lebih luas dan menyeluruh di semua wilayah Indonesia. Sehingga, hasil penelitian tersebut dapat digeneralisasikan di seluruh wilayah Indonesia. Kemudian untuk jumlah sampel dalam penelitian selanjutnya perlu ditingkatkan lagi agar mampu mencerminkan populasi yang sesungguhnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.
2. Untuk penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih lengkap dan akurat, penelitian selanjutnya sebaiknya melihat lebih banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dan pilihan konsumen untuk melakukan pembelian. Perilaku pembelian konsumen merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk dipertimbangkan dalam rangka menciptakan dan meningkatkan penjualan produknya. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih memperhatikan bagaimana konsumen mengambil keputusan saat melakukan pembelian, terutama dalam hal perilaku konsumen yang sulit kita pahami karena setiap orang memiliki cara yang unik dalam melakukannya.
3. Untuk penelitian selanjutnya, hendaknya memperhatikan kembali penggunaan tingkat kesalahan dalam melakukan penelitian tentang keputusan pembelian khususnya yaitu dengan memperhatikan tingkat signifikansi 1%, 5% dan 10% untuk hasil yang lebih maksimal dengan penjelasan bahwa tingkat signifikansi  $(1 - \alpha)$  menunjukkan  $\alpha$  probabilitas

atau peluang kesalahan yang ditetapkan peneliti dalam mengambil keputusan untuk menolak atau mendukung hipotesis nol, atau dapat diartikan juga sebagai tingkat kesalahan atau tingkat kekeliruan yang ditolerir oleh peneliti, yang diakibatkan oleh kemungkinan adanya kesalahan dalam pengambilan sampel (sampling error). Tingkat signifikansi dinyatakan dalam persen dan dilambangkan dengan  $\alpha$ . Misalnya  $\alpha$  ditetapkan tingkat signifikansi = 5% atau = 10%. Artinya, keputusan peneliti untuk menolak atau mendukung hipotesis nol memiliki probabilitas kesalahan sebesar 5% atau 10%. Dengan tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%, artinya tingkat kepastian statistik sampel mengestimasi dengan benar parameter populasi adalah 95%, atau tingkat kepercayaan untuk menolak atau mendukung hipotesis nol dengan benar adalah 95%.

4. Untuk penelitian selanjutnya, untuk penggunaan variabel keputusan dapat menggunakan dikotomi/diskrit (Ya/Tidak) yang mana variabel diskrit adalah variabel yang berupa data pengkategorian atau membedakan atau mengelompokkan jenis tertentu. Biasanya data untuk jenis variabel ini didapatkan dari hasil menghitung. Data untuk variabel yang bersifat diskrit sering disebut data nominal atau data dikotomi. Misalnya: Data dikotomik 1 untuk kategori benar dan 0 untuk kategori salah. Selain itu ada juga yang mengkategorikan 1 untuk laki-laki maupun 0 untuk perempuan. Contoh lainnya misalnya kita memilih 10 dari 15 remaja tetapi kita tidak bisa menyatakan: saya membutuhkan  $4\frac{1}{2}$  orang remaja. Singkatnya variabel

diskrit adalah variabel yang data datanya berupa nilai nilai bilangan bulat dan nilai nilai tersebut hanyalah sebagai label sehingga tidak dapat digunakan untuk menghitung. Dengan kata lain bahwa variabel diskrit/dikotomi adalah variabel yang berupa data pengkategorian atau membedakan atau mengelompokkan jenis tertentu. Data jenis ini disebut Data Nominal atau Data Dikotomi. Misalnya: Data dikotomi 1 untuk kategori benar dan 0 untuk kategori salah. Data dikotomi ini seringkali digunakan mahasiswa untuk mengkategorikan jawaban benar dan salah dari tes-tes jenis objektif semisal pilihan ganda (Multiple Choice Question (MCQ)). Contoh lainnya adalah simbol 1 untuk pria dan 2 untuk wanita. Angka 1 0, atau 1 2 hanya merupakan label untuk penanda kategori. Jadi bukan berarti bahwa angka 2 lebih tinggi nilainya dari 1 atau 0. Data tersebut bersifat tetap (setara) dan tentu tidak dapat digunakan dalam operasi hitung.

5. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan persamaan model regresi probit dan logit. Pendekatan regresi logit digunakan karena metode analisis tersebut dapat menjelaskan hubungan antar variabel dependen dan independen yang tidak dapat dijelaskan dengan regresi biasa. Regresi logit terdiri dari dua jenis, yaitu regresi logit biner dan regresi logit multinomial. Regresi logit biner mempunyai sebuah variabel dependen yang dibagi menjadi dua kategori sedangkan multinomial logit mempunyai variabel dependen yang dibagi menjadi lebih dari dua kategori. Sedangkan untuk probit adalah sebuah teknik analisis untuk mengestimasi kemungkinan



sebuah peristiwa dengan variabel independen yang berskala biner. Model regresi probit dan logit sering digunakan untuk memprediksi kecenderungan peluang sebuah variabel independen. Secara Kualitatif kedua model menghasilkan *output* yang hampir sama atau serupa, dan semakin besar jumlah sampel, maka akurasi dari model tersebut akan semakin meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Adinugraha, H. H., Isthika, W., and Sartika, M. (2017). Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 1(3), 180–195. <https://doi.org/10.21070/perisai.v1i3.1365>
- Ajzen, I. (1991). *Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Al-Bara, A.-B., and Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227–248. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987>
- Asmini, Supriatno, and Akmal M. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SAMYANG (Studi Konsumen di Indomaret Kelurahan Bugis). 2016, 170–177.
- Aulia, A. N. (2018). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIUSITAS, DAN HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PANGAN KEMASAN BERLABEL HALAL. Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal, 1–16.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., and Windiana, L. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.
- Busrah. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4(2), 1–16.
- Cahyani, U. E., Aviva, I. Y., and Manilet, A. (2019). Faktor-faktor yang Memengaruhi Intensi Muzakki dalam Membayar Zakat di Lembaga. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 5(1), 39–

58. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v5i1.1331>

- Chrismardani, Y. (2016). Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha. *Kompetensi*, 10(1), 90–103.
- Destiana, A. R., and Tairas, D. R. (2021). Determinants of Indonesian Consumer's Intention to Purchase Halal Food in Overseas: Modified Theory Planned Behavior Model with Religiosity. *Journal of Strategic and Global Studies*, 4(1). <https://doi.org/10.7454/jsgs.v4i1.1039>
- Djunaidi, M., Oktavia, C. B. A., Fitriadi, R., and Setiawan, E. (2021). Perception and Consumer Behavior of Halal Product Toward Purchase Decision in Indonesia. *Jurnal Teknik Industri*, 22(2), 171–184. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol22.no2.171-184>
- Efendi, R. (2020). the Factors of Intention To Buy Halal-Labeled Food on Muslim Students Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 70–79. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.514>
- Endraswati, H. (2011). Mutu Produk, Nilai dan Kepuasan Pelanggan dalam Pandangan Islam. *Asy-Syir'Ah*, 45.
- Faidah, M. (2017). Sertifikasi Halal di Indonesia dari Civil Society Menuju Relasi Kuasa antara Negara dan Agama. *ISLAMICA*, 11(2), 1–14.
- Fatmi, F. O., Ahmad, A. N., and Kartika, B. (2020). Determinants affecting purchase intention of halal products: an article review. *Journal of Halal Product and Research*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.3-issue.2.63-79>
- Ferdiand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriana, R., and Suprehatin, D. (2018). Aplikasi Theory of Planned Behavior Dan Atribut Indonesia Dan Malaysia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6(2), 149–168.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Denagn Program IBM SPSS 19 (edisi 5)*. BP Universitas Diponogoro.
- Gojali, D., and Asih, V. S. (2020). Determinant factors of Indonesian muslim behavior in choosing halal products. *Innovative Marketing*, 16(4), 155–163. [https://doi.org/10.21511/im.16\(4\).2020.14](https://doi.org/10.21511/im.16(4).2020.14)
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data*

Analysis (Seventh Ed). Pearson.

- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (SEM-PLS)*. Sage.
- Hayani, N. (2019). PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLEH IBU RUMAHTANGGA MUSLIM DI PEKANBARU. *Aγαη*, 8(5), 55.
- Husaeni, U. A., and Zakiah, S. (2022). Determinants of buying intention of halal products on private Islamic religious college lecturers in West Java. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 4(1), 59–71. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol4.iss1.art5>
- Ibrahim, L. (2020). Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal. 5(1), 150–170.
- Imtihanah, A. N. (2022). Analisis Faktor Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Masyarakat Non Muslim pada Halal Food di Kota Metro. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 66–73. <https://doi.org/10.31942/akses.v17i1.6512>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Lailla, N., and Tarmizi, I. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMJ. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177, 1–14.
- Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian surat Kabar pada PT. *Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. Manajemen Dan Bisnis*, 16.
- Mahyarni. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13–23. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Marfuah, S. T., and Hartiyah, S. (2019). Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Usaha. *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 183–195.
- Mariana, T., Suhartanto, D., and Gunawan, A. I. (2020). Prediksi Minat Beli Makanan Cepat Saji Halal: Aplikasi Theory of Planned Behavior. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11(1),

1180–1185.

- Martono, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Rajawali Pers.
- Mu, A., Munir, M., and Rokhim, A. (2020). Pengaruh Sikap , Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Produk Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan Berlabel Halal Di Supermarket Kabupaten Jember. 6(2), 154–169.
- Murni, S., and Fajrina, N. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 47.
- Nasyi'ah, I. (2018). PELANGGARAN KEWAJIBAN PENDAFTARAN SERTIFIKAT HALAL: Dapatkah Dibuat Sanksi? *Jurisdiction*, 9(1), 84. <https://doi.org/10.18860/j.v9i1.5137>
- Ningtyas, Y., Fitria, D., Pradani, Y. S., Mutohar, Arum, N. P., and Maknun, L. (2021). Analisis pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat beli konsumen pada produk bersertifikat halal. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(08), 42–49.
- Noor, D. J. (2013). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Nurohman, Y. A., and Qurniawati, R. S. (2019). Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Lingkungan IAIN Surakarta. *Among Makarti*, 12(24), 23–33.
- Purbowisanti, R. (2021). Muslim Investor Behavior in Indonesian Capital Markets: an Extention of Theory of Planned Behavior. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 04(08), 1225–1234. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i8-01>
- Qoyum, A., and Fauziyyah, N. E. (2019). The Halal Aspect and Islamic Financing Among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) In Yogyakarta: Does Berkah Matter? *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(1), 215–236.
- Ramadhani, A. (2022). Implementasi Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman UMKM di Kecamatan Beji Depok Studi Implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Vol. 15, Issue 2).
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned

Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69.

- Ramlan, R., and Nahrowi, N. (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 17(1), 145–154. <https://doi.org/10.15408/ajis.v17i1.1251>
- Saktiana, N., and Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v1i1.10405>
- Sari, D. A. (2019). Pengaruh Label Halal, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mie Samyang. 5, 54–68. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/31627>
- Seni, N. N. A., and Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>
- Sholihin, M., and Ratmono, D. (2020). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Soaial dan Bisnis. *ANDI*.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS versi 17*. PT. Bumi Aksara.
- Sudiro, A. (2017). Australian Academy of Business Leadership The Impact of Brand Awareness on Purchase Decision: Mediating Effect of Halal logo and Religious beliefs on Halal Food in Malang Indonesia. *Novotel Sydney Central*, May 2015, 24–26.
- Sugiyono. (2012). *Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, R. D., and Wibowo, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Berbasis Digital Pada Media Sosial Facebook Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Pada Produk Indihome Di EProceedings, 5(3), 1843. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/11042>

- Unaradja, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wawan Wasik Marzuki Drs. Triyono. MM. (2018). No Title. Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.
- Wikamorys, D. A., and Rochmach, T. N. (2017). Application Of The Theory Of Planned Behavior In Generating Patients Intention To Undergo Cataract Surgery. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 5(1), 31–40.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0 (Pertama)*. STIM YKPN.
- Yani, D. (2017). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Makanan Ringan Kota Pekan Baru.
- Yuliana. (2010). Pengaruh Sikap Pada Pindah Kerja, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control Pada Intensi Pindah Kerja Pada Pekerja Teknologi Dan Informasi. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 6(11).
- Yunitasari, V., and Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 49–57. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26639/24392>
- Yurindera, N. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online Di Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 309–320.