

**PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KUALITAS
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Kasus Pada Pelanggan Boci Khurcuangki Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

NAELUSYIFA

NIM 4120031

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH LABEL HALAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KUALITAS
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Kasus Pada Pelanggan Boci Khurcuangki Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

NAELUSYIFA

NIM 4120031

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naelusyifa

NIM : 4120031

Judul Skripsi : **Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Pelanggan Boci Khurcuangki Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 15 Oktober 2024

Yang Menyatakan,



Naelusyifa

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Naclusyifa

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Naclusyifa
NIM : 4120031
Judul Skripsi : **Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Pelanggan Boci Khurcuangki Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 15 Oktober 2024
Pembimbing,


Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si
NIP. 199101092020122016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingsdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : Naelusyifa
NIM : 4120031
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Pelanggan Boci Khurcuangki Pekalongan)
Dosen Pembimbing : Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si.

Telah diujikan pada hari Rabu, 30 Oktober 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I


Dr. Achmad Tubagus Surur, M.Ag
NIP. 19691227 199803 1 004

Penguji II


Muh. Izza, M.Si
NIP. 197907262023211008

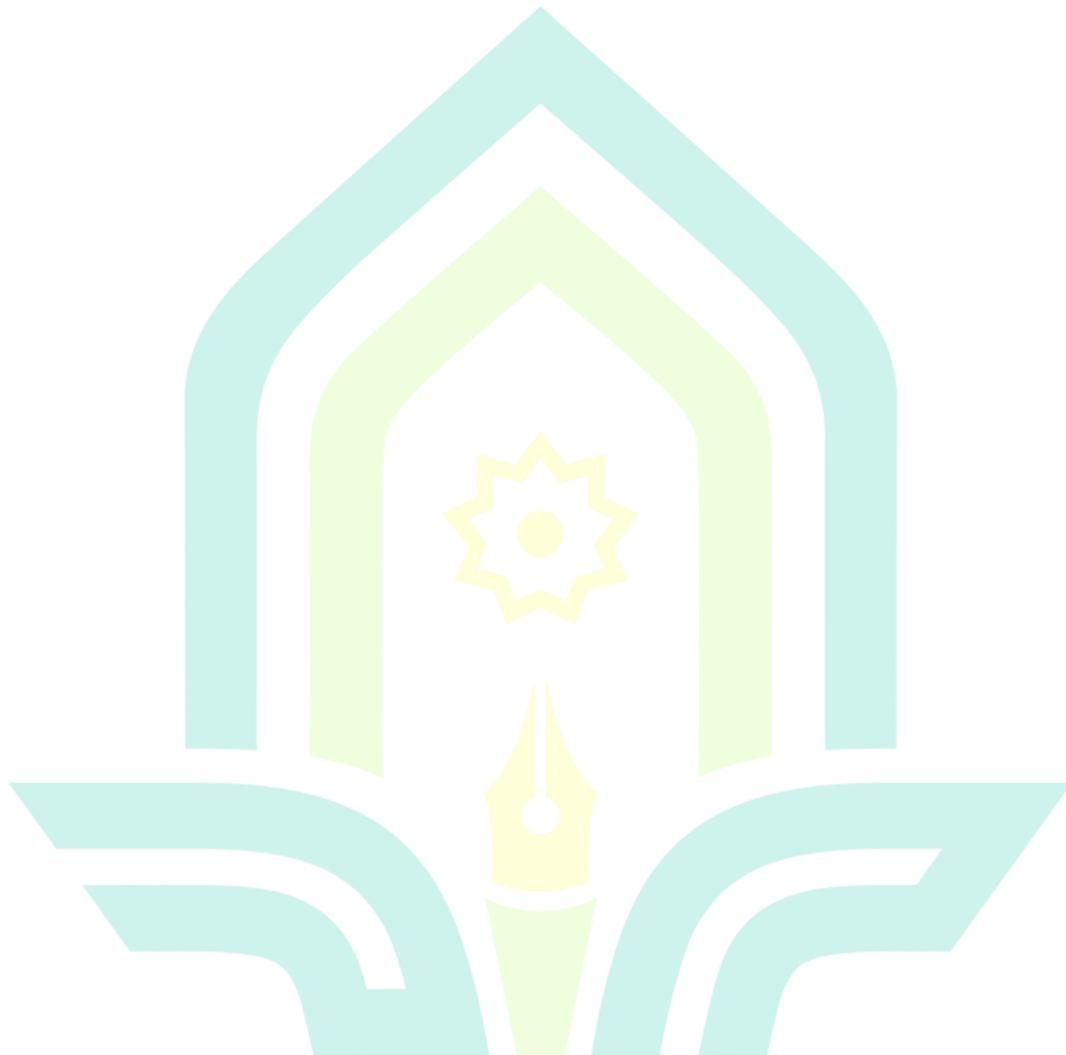
Pekalongan, 04 November 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502200199932001

MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian success storiesnya saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan pada hari ini, tetap berjuang ya!”



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Nastain dan Ibu Caskiyah yang selalu melangitkan doa-doa baik, dukungan materil, moril, tuntunan, dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk bapak dan ibu.
3. Kakak-kakak yang ku sayangi Nasrudin dan Nasekha yang selalu memberikan kebahagiaan, dukungan serta semangat.
4. Diri saya sendiri, Naelusyifa karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan mengarahkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat dan teman-teman saya yang telah menemani dalam suka maupun duka. Terima kasih atas segala waktu, usaha dan dukungan yang telah diberikan.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi wawasan dan manfaat untuk orang lain. Aamiin.

ABSTRAK

NAELUSYIFA. Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Pelanggan Boci Khurcuangki Pekalongan)

Pertumbuhan industri halal saat ini meningkat secara signifikan, sehingga menarik perhatian berbagai pihak. Menurut CNBC dalam artikelnya jumlah pemeluk agama Islam di dunia sekitar 2 miliar, dan populasi Muslim terbesar kedua di dunia terdapat di Indonesia. Sekitar 236 juta orang di Indonesia menganut Islam. Hal ini menjadikan bisnis kuliner di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk berkembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Pelanggan Boci Khurcuangki Pekalongan).

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. *Setting* dalam penelitian ini adalah Boci Khurcuangki Pekalongan, Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan teknik sampel *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden menggunakan rumus leemeshow. Teknik analisis data menggunakan uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantuan yaitu SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial masing-masing variabel independen yaitu label halal dan gaya hidup terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Boci Khurcuangki di Pekalongan. Sedangkan Kualitas Pelayanan memoderasi pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk Boci Khurcuangki di Pekalongan, serta Kualitas Pelayanan memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Boci Khurcuangki di Pekalongan.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Label Halal, Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

NAELUSYIFA. The Influence of the Halal Label and Lifestyle on Purchasing Decisions with Service Quality as a Moderating Variable (Case Study of Boci Khurcuangki Pekalongan Customers)

The growth of the halal industry is currently increasing significantly, attracting the attention of various parties. According to CNBC in its article, the number of followers of Islam in the world is around 2 billion, and the second largest Muslim population in the world is in Indonesia. Around 236 million people in Indonesia follow Islam. This makes the culinary business in Indonesia have enormous potential to develop. The purpose of this research is to determine the influence of the Halal Label and Lifestyle on Purchasing Decisions with Service Quality as a Moderating Variable (Case Study of Boci Khurcuangki Pekalongan Customers).

This research method uses a type of field research with a quantitative approach. The setting in this research is Boci Khurcuangki Pekalongan, Central Java. This research uses non-probability sampling and purposive sampling techniques. With data collected through a questionnaire distributed to 100 respondents using the leemeshow formula. Data analysis techniques use reliability tests, validity tests, classical assumption tests, and multiple linear regression tests using SPSS tools.

The results of the research partially show that each independent variable, namely the halal label and lifestyle, has an influence on purchasing decisions for Boci Khurcuangi products in Pekalongan. Meanwhile, Service Quality moderates the influence of the halal label on the decision to purchase Boci Khurcuangki products in Pekalongan, and Service Quality moderates the influence of lifestyle on the decision to purchase Boci Khurcuangki products in Pekalongan.

Keyword: Purchasing Decisions, Halal Label, Lifestyle, Service Quality

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, M.M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Ibu Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Ali Amin Isfandiar, M.Ag. Selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 15 Oktober 2024

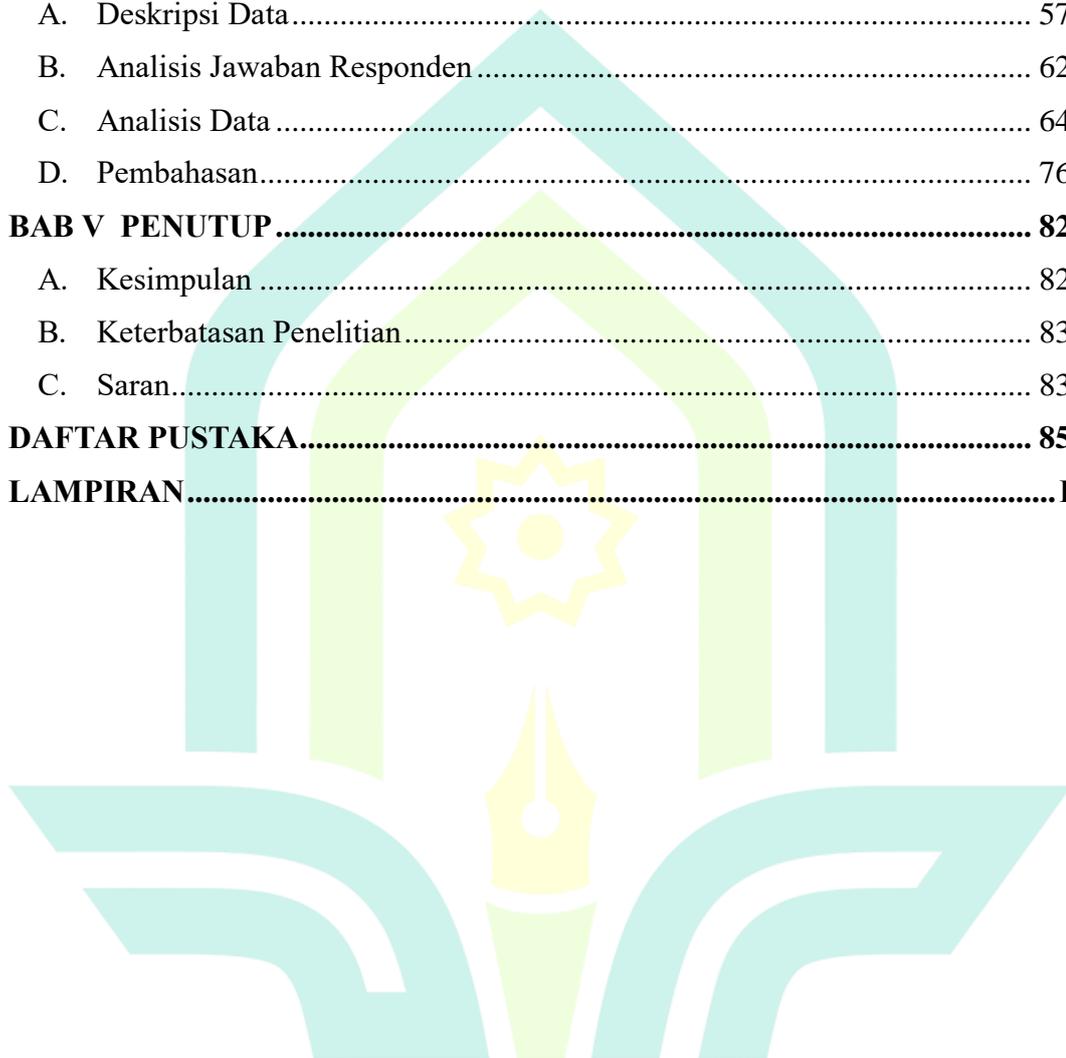


Naelusyifa
NIM. 4120031

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiii
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Landasan Teori	13
a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	20
B. Telaah Pustaka.....	28
C. Kerangka Berpikir	38
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Pendekatan Penelitian	43
C. Lokasi Penelitian.....	44
D. Populasi dan Sampel	44

E. Variabel Penelitian	46
F. Definisi Operasional.....	47
G. Sumber Data Penelitian.....	49
H. Teknik Pengumpulan Data	49
I. Metode Analisis Data	51
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Deskripsi Data.....	57
B. Analisis Jawaban Responden.....	62
C. Analisis Data	64
D. Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Keterbatasan Penelitian.....	83
C. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1978 dan 0543b/U/1987, tanggal 12 Januari 1998.

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
فا	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... سَيَ	Fathah dan ya	Ai	a dani
... سَوْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	Ditulis	<i>kataba</i>
فَعَلَ	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	Ditulis	<i>yazhabu</i>
سُئِلَ	Ditulis	<i>su'ila</i>
كَيْفَ	Ditulis	<i>kaifa</i>
هَوَّلَ	Ditulis	<i>hauila</i>

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا... آ... ع... ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ي... ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و... ...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	Ditulis	<i>qāla</i>
رَمَى	Ditulis	<i>ramā</i>
قِيلَ	Ditulis	<i>qīla</i>

4. *Ta'marbutah*

Transliterasi untuk *ta'marbutah* ada dua:

1. *Ta'marbutah* hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. *Ta'marbutah* mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan *ta'marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta'marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

Ditulis

raudah al-atfāl

raudatulatfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Ditulis

al-Madīnah al-Munawwarah

al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ

Ditulis

talḥah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini

tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadenganhuruf yang diberi tanda syaddahitu.

Contoh:

رَبَّنَا	Ditulis	<i>rabbanā</i>
نَزَّلَ	Ditulis	<i>nazzala</i>
الْبِرِّ	Ditulis	<i>al-birr</i>
الْحَجِّ	Ditulis	<i>al-ḥajj</i>

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السَّيِّدُ	Ditulis	<i>as-sayyidu</i>
السَّمْسُ	Ditulis	<i>as-syamsu</i>
القَلَمُ	Ditulis	<i>al-qalamu</i>
البَيْعُ	Ditulis	<i>al-badī'u</i>
الجلالُ	Ditulis	<i>al-jalālu</i>

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	Ditulis	<i>ta'khuzūna</i>
النَّوْءُ	Ditulis	<i>an-nau'</i>
سَيِّئٌ	Ditulis	<i>syai'un</i>
إِنَّ	Ditulis	<i>inna</i>
أُمِرْتُ	Ditulis	<i>umirtu</i>
أَكَلَ	Ditulis	<i>akala</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

*Wainnallāhalahuwakhairar-
rāziqīn*

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

*Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti
manistaṭā'a ilaihi sabīla*

Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti

manistaṭā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam *EYD*, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ *Wa mā Muhammadun illā rasl*

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا *Inna*
awwalabaitinwuḍi'alinnāsilallażībi
bakkatamubāraḳan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ *Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fīh*
al-Qur'ānu

Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fīhil

Qur'ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ *Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn*

Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ *Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn*

Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ *Naṣrun minallāhiwafathunqarīb*

اللَّهُ الْأَمْرُ جَمِيعاً *Lillāhi al-amrujamī'an*

Lillāhil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ *Wallāhabikullisyai'in 'alīm*

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Baso Aci Khurcuangki Pekalongan.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	47
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir....	60
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan...	61
Tabel 4. 6 Analisis Statistik Deskriptif Mengenai Variabel Label Halal (X1)	62
Tabel 4. 7 Analisis Statistik Deskriptif Mengenai Variabel Gaya Hidup (X2).....	63
Tabel 4. 8 Analisis Statistik Deskriptif Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (M)	63
Tabel 4. 9 Analisis Statistik Deskriptif Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	64
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Label Halal (X1).....	65
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X2)	65
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (M)	66
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov-smirnov	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linearitas	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4. 20 Hasil Uji T Label Halal	72
Tabel 4. 21 Hasil Uji T Gaya Hidup	73
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	73
Tabel 4. 23 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Label Halal Dan Kualitas Pelayanan	74
Tabel 4. 24 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA) Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan	75

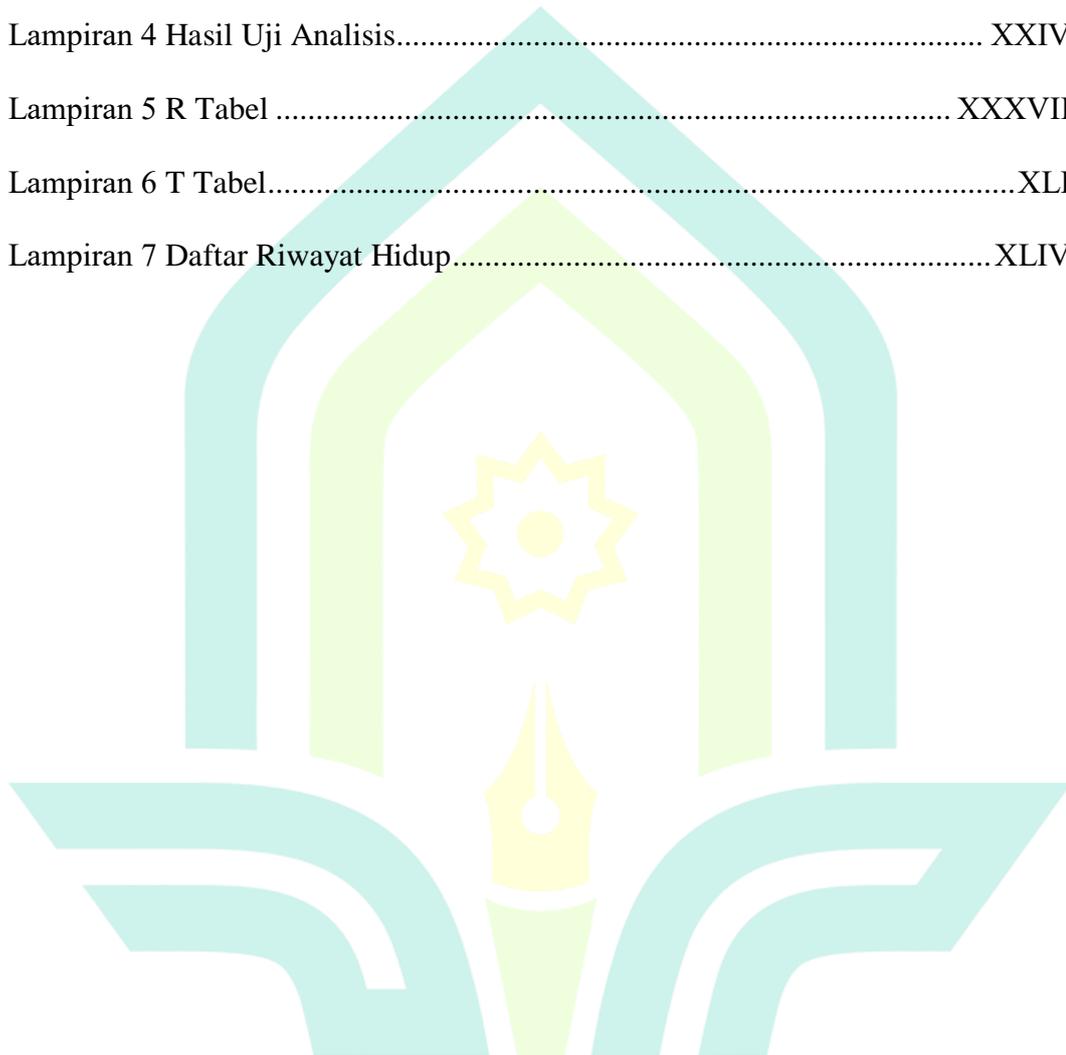
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kemasan Boci Khurcuangki & Olahan Boci Khurcuangki	2
Gambar 2. 1 Logo Halal.....	15
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Identitas Responden.....	VIII
Lampiran 3 Data Mentah Hasil Kuesioner.....	XIV
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis.....	XXIV
Lampiran 5 R Tabel.....	XXXVII
Lampiran 6 T Tabel.....	XLI
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	XLIV



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan industri halal saat ini meningkat secara signifikan, sehingga menarik perhatian berbagai pihak. Menurut CNBC dalam artikelnya jumlah pemeluk agama Islam di dunia sekitar 2 miliar, dan populasi Muslim terbesar kedua di dunia terdapat di Indonesia. Sekitar 236 juta orang di Indonesia menganut Islam. Sedangkan yang pertama adalah Pakistan dengan jumlah lebih dari 240,8 juta umat Islam (Dwi, 2024). Oleh karena itu bagi umat Islam, produk makanan halal sangatlah penting. Setiap umat Islam mempunyai kewajiban untuk mengonsumsi makanan halal. Syariat Islam yang dituangkan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 88 telah menetapkan pedoman pemenuhan kebutuhan pangan. Disebutkan dalam Al-Qur'an bahwa semua jenis makanan dianggap halal, kecuali yang secara tegas dianggap haram dan dilarang oleh peraturan perundang-undangan. Islam, menurut ayat 3 surat Al-Maidah dalam Al-Qur'an (Ernawati & Koerniawan, 2023).

Menurut CNBC di Indonesia sektor makanan dan minuman memimpin struktur PDB industri pengolahan nonmigas pada kuartal pertama tahun 2024, menyumbang 39,91%, atau 6,47%, dari keseluruhan PDB negara. Bisnis makanan dan minuman merupakan ekspor terbesar kedua setelah sektor industri logam dasar, dengan nilai ekspor sebesar 2,71 miliar USD (atau 19,4% dari ekspor industri pengolahan nonmigas) pada April 2024 (Sandi, 2024). Hal ini

menjadikan bisnis kuliner di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk berkembang.

Pemahaman yang lebih mendalam terhadap keimanannya membuat umat Islam lebih berhati-hati dalam memilih barang. Mirip dengan negara-negara Muslim lainnya, umat Islam di Indonesia dilindungi oleh sebuah badan yang didedikasikan untuk memeriksa barang-barang yang dikonsumsi umat Islam. Di Indonesia, MUI yang dijalankan oleh LPPOM-MUI terutama bertugas menangani sertifikasi halal. Namun saat 2019, Badan Jaminan Produk Halal (BJPH) Kementerian Agama Republik Indonesia mengambil alih tanggung jawab proses registrasi sertifikat halal. Selain itu, LPPOM MUI tetap berperan sebagai pemeriksa selama prosedur sertifikasi. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) menyatakan demikian (Ernawati & Koerniawan, 2023).

Gambar 1. 1 Kemasan Boci Khurcuangki & Olahan Boci Khurcuangki



Sumber: Instagram Boci Khurcuangki & dokumen pribadi, 2024.

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa Boci Khurcuangki memiliki kemasan frozen food yang bisa dibeli melalui *outlet* langsung maupun via *online*, dan disebelahnya yaitu gambar Boci Khurcuangki yang sudah diolah dan makan ditempat. Pada kemasan Boci Khurcuangki sudah terdapat sertifikasi

halal. Hal ini menjadikan produk Boci Khurcuangki terjamin akan kehalalan produknya.

Sudah menjadi kewajiban Boci Khurcuangki untuk mempertahankan kualitas dan kuantitas produk dan pelayanannya serta membuat komen untuk memutuskan membeli produk dari Boci Khurcuangki, sehingga Boci Khurcuangki perlu menciptakan pelayanan yang baik dengan mengedepankan prinsip-prinsip syari'ah. Hal ini membantu menciptakan sistem yang sesuai dengan hukum Islam atau memberikan alternatif bagi individu Muslim yang ingin mengikuti prinsip-prinsip agama dalam aktivitas ekonomi mereka.

Boci Khurcuangki merupakan produk makanan Baso Aci yang sedang booming dimasa sekarang. Mereka menjual produk berupa makanan *frozen food* yang pemasarannya dilakukan secara *online* ataupun *offline*. Makanan ini berasal dari Jawa Barat, cita rasa yang khas membuat makanan ini dikenal banyak orang. Usaha ini berdiri sejak pertengahan tahun 2021. Hal ini bisa kita lihat pada tabel dibawah ini dalam peningkatan pelanggan dalam kurun waktu 3 tahun kebelakang.

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Baso Aci Khurcuangki Pekalongan

No	Tahun	Pelanggan
1	2021	250
2	2022	200
3	2023	340
Jumlah		790

Sumber: Karyawan Boci Khurcuangki Pekalongan, 2024

Pada tahun 2021 jumlah pelanggan 250 orang yang dimana jumlah pelanggan pada tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 200 orang disebabkan oleh tempat yang kurang memadai, lahan parkir yang sempit. Kemudian pada tahun 2023 terjadi peningkatan signifikan dengan jumlah pelanggan 340 dikarenakan tempatnya yang sudah memadai, lebih nyaman, bersih, strategis, dan lahan parkir yang luas. Bahkan Boci Khurcuangki ini sudah terkenal dan di Pekalongan karena harga Produk makanan ini mulai dari 12.000 rupiah- 30.000 rupiah.

Usaha ini juga tidak terdapat unsur Gharar, Maysir ataupun Riba karena usaha ini merupakan jual beli yang menggunakan Akad dimana hal ini bertujuan untuk memperkuat perjanjian antara kedua belah pihak. Prinsip muamalah dalam bisnis ini diantaranya adalah Prinsip Murabahah dimana pada akad jual beli tersebut menjelaskan secara detail dan terperinci antara penjual dan pembeli baik itu terkait kualitas, harga, kondisi barang. Kemudian transaksi dapat diselesaikan ketika penjual dan pembeli saling sepakat dalam perjanjian tersebut. Selain menggunakan Prinsip *Murabahah* bisnis ini juga menggunakan Prinsip Salam dimana akad jual beli dilakukan dengan cara memesan, prinsip ini biasanya diterapkan dalam penjualan *Reseller*. Cara kerja prinsip ini adalah pembeli melakukan pemesanan dengan syarat tertentu dan membayarkan Uang Muka diawal lalu produk akan diberikan pada waktu yang telah disepakati sebelumnya. Apabila produk yang diterima tidak sesuai maka pembeli berhak untuk menerima pengembalian dan penjual tidak boleh untuk menolaknya. Pemasaran produk ini secara *Offline* dan *Online*. Pemasaran *Offline* dilakukan dengan cara

pembeli langsung datang ke Toko untuk memilih barang yang akan dibeli dan juga bisa membayar secara langsung. Untuk pemasaran *Online* dilakukan di *Platform* media sosial seperti Facebook, Shopee, Instagram, Tik Tok Shop serta WhatsApp yang sebagian besar melakukan transaksi secara online dengan metode pembayaran melalui *M-Banking* atau dengan memanfaatkan QRIS serta pengiriman paket melalui jasa ekspedisi. Alamat Boci Khurcuangki sendiri ada di Jl. Urip Sumoharjo No.171, Medono, Kec. Pekalongan Bar., Kota Pekalongan, Jawa Tengah 51111.

Perilaku konsumen dewasa muda, keputusan pembelian merupakan hasil akhir dari proses konsumsi produk. Kotler dan Armstrong (2014) mengatakan bahwa pilihan untuk membeli adalah memilih merek yang paling terkenal, namun keputusan membeli dipengaruhi oleh dua variabel. Pertama, ialah sikap milik orang lain, kedua ialah ada ekspektasi situasional yang tidak realistis. Dalam pengertian ini, dapat dijelaskan bahwa konsumen harus menentukan keinginan mana yang menyertainya, sehingga konsumen tidak menyia-nyiaikan apa pun dengan pembelian tersebut. Dalam pengambilan keputusan pembelian, salah satu dari hal-hal itu yang mungkin mempunyai dampak pada keputusan konsumen untuk membeli sesuatu antara lain cara hidupnya, tingkat hidup saat ini berkembang diberbagai masyarakat dapat dilihat dari kegiatan aktivitas, minat, dan opini. Dasarnya gaya hidup seseorang lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup menghabiskan uangnya dengan efisien waktu yang dimilikinya. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen

dan akan cepat berubah. Intinya, perubahan gaya hidup dapat merubah pola konsumsi seseorang (Reni, 2019).

Gaya hidup yang diinginkan seseorang akan memengaruhi perilaku pembelian yang ada dalam dirinya, selanjutnya bahkan bisa mengubah persepsi keinginan untuk membeli. Kebutuhan setiap orangnya berbeda dan tidak sama dengan yang lainnya dan para remaja ingin menunjukkan diri bahwa mereka bisa mengikuti model yang sedang beredar padahal model itu sendiri selalu berubah, sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Inilah yang menyebabkan perilaku konsumtif ini terus mengakar pada gaya hidup di sekelompok remaja. Pelaku utama gaya hidup adalah kelompok usia remaja kedewasa, hal ini terkait dengan karakteristik remaja yang mudah terbuju dengan hal-hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman, dan cenderung boros dalam menggunakan uang. Dimana yang dulunya mereka makan bersama keluarga sekarang lebih mengikuti zaman untuk mencoba makanan *frozen food* yang terbilang kurang sehat, karena mereka mengikuti tren yang sedang marak dan harganya lebih terjangkau, semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang maka semakin besar pengaruh keputusan pembelian (Arsa & Cahyaningratri, 2022).

Tanda halal kemudian menjadi unsur penentu dalam melakukan pembelian. Label halal merupakan faktor krusial dalam pengambilan keputusan. Seorang Muslim diperbolehkan makan apa saja yang otentik, murni, atau halal bagi mereka, namun mereka tidak bisa makan makanan najis. Menurut Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168, Allah berfirman (Malikah, 2020):

Yâ ayyuhan-nâsu kulû mimmâ fil-ardli ḥalâlan thayyibaw wa lâ tattabi'û khuthuwâtisy-syaithân, innahû lakum 'aduwwum mubîn

“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.” (Al-Baqarah/2:168)

Surat ini menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kita supaya makan-makanan yang halal dan sehat untuk mengembangkan strategi jangka panjang guna meningkatkan hubungan antar manusia dan kesehatan. Orang harus berhati-hati untuk membaca label halal dengan cermat sebelum melakukan pembelian. Label halal berfungsi sebagai jaminan jika produknya telah lulus uji halal sesuai syariat Islam yang disediakan oleh organisasi seperti Lembaga Pengkajian Makanan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Tujuan dari label halal sebagai melindungi atau memberikan kenyamanan pelanggan dalam mengonsumsi produk sesuai standar halal (Malikah, 2020).

Kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan dalam industri layanan baik makanan maupun minuman, khususnya di restoran. Seorang pelanggan akan menilai kualitas pelayanan berdasarkan kesan mereka, seperti yang mereka lakukan terhadap suatu produk. Tujuan dari layanan ini adalah untuk memfasilitasi pembelian barang di dalam toko oleh pelanggan. Faktor ini sangat penting dalam proses pengambilan keputusan saat melakukan pembelian karena mempengaruhi pembelian berulang, sehingga meningkatkan penjualan. Pelanggan memberikan

pertimbangan yang cermat terhadap kualitas layanan saat membuat pilihan (Patmala & Fatihah, 2021).

Penelitian mengenai keputusan pembelian ini sudah diteliti oleh beberapa peneliti. Pada penelitian yang dilakukan (Arsa & Cahyaningratri, 2022), menerapkan bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Agustin et al., 2020) yang menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Lalu pada penelitian Label halal terhadap keputusan pembelian yang telah diteliti (Malikah, 2020), yang menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nuha & Anwar, 2023) yang menunjukkan bahwa Label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian milik (Patmala & Fatihah, 2021), menunjukkan hasil terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu, penelitian ini memiliki *research gap* pada penelitian terdahulunya terjadi perbedaan hasil antara peneliti satu dengan yang lainnya. Hal ini menunjukkan karakteristik sampel di lokasi yang lain akan menghasilkan hasil penelitian yang berbeda pula. Penelitian sebelumnya juga belum membahas kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi yang menguatkan variabel label halal dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Para peneliti tertarik untuk memeriksa caranya bagaimana keyakinan agama umat Islam mempengaruhi pembelian produk mereka dan faktor-faktor

Muslim yang memiliki dampak terbesar terhadap keputusan konsumen karena gambaran fenomena dan kesenjangan penelitian dari penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian pun dilakukan dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Pelanggan Boci Khurcuangki Pekalongan)”. Studi berfokus pada generasi tua dan muda, yaitu 17-40 tahun mengingat masih ada waktu peralihan dari remaja ke dewasa, dimana pada tahap ini mereka suka bereksperimen, bereksplorasi, melakukan perubahan, menemukan jati diri dan berkomunikasi.

B. Rumusan Masalah

Menurut latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Boci Khurcuangki?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Boci Khurcuangki?
3. Apakah kualitas pelayanan mampu memoderasi pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Boci Khurcuangki?
4. Apakah kualitas pelayanan mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Boci Khurcuangki?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Boci Khurcuangki
- b. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Boci Khurcuangki
- c. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mampu memoderasi pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Boci Khurcuangki
- d. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian

2. Manfaat Penelitian

Temuan penelitian ini diharapkan bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis, ia memiliki manfaat:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diyakini bahwa hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi pengetahuan tentang faktor apa saja secara khusus bertanggung jawab atas hubungan antara tingkat retensi pelanggan Boci Khurcuangki Pekalongan.

b. Manfaat Praktis

i. Untuk konsumen

Berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pelanggan sebelum mereka melakukan pembelian terhadap barang yang ditawarkan.

ii. Untuk pengelola Boci Khurcuangki

Diharapkan Boci Khurcuangki pengelola mampu memberikan dukungan yang optimal terhadap usaha yang dimilikinya.

iii. Untuk penulis

Penelitian ini bertujuan untuk membantu penulis dalam mengembangkan dan memperkuat kemampuan mereka dalam memahami ilmu pengetahuan, serta kemampuan mereka dalam menyajikan ilmu pengetahuan yang sesuai dengan teori ekonomi islam.

iv. Untuk akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat argumentasi dan menjadi pedoman bagi penulis-penulis selanjutnya.

D. Sistematika Penulisan

Saat mengumpulkan bahan ilmiah untuk menghasilkan deskripsi sistematis bab demi bab, diskusi sistematis, khususnya ringkasan singkat, digunakan. Sifat metodis dari tulisan ini diharapkan dapat memudahkan

pembaca untuk memahami isi kajian ini. Lima bab yang menjadi bahan penelitian ialah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini termasuk judul, latar belakang masalah, identifikasi dan keterbatasannya, rumusan masalah, tujuan penelitian, kelebihan, kajian penelitian terdahulu yang bersangkutan, dan metodologi penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai tinjauan teori-teori yang membahas pengaruh label halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian yang melandasi penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, pendekatan penelitian, latar pendekatan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, strategi pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai data penelitian, hasil uji hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dengan rekomendasi untuk penyelidikan lebih lanjut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian serta analisis data, maka dapat dirumuskan kesimpulan pembahasan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara variabel label halal terhadap keputusan pembelian pada produk Boci Khurcuangi di Pekalongan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis kesatu yang diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa label halal menjadi salah satu pilihan konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk makanan seperti pada produk Boci Khurcuangi.
2. Terdapat pengaruh antara variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada produk Boci Khurcuangi di Pekalongan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis kedua yang diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa gaya hidup menjadi salah satu pilihan konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk makanan seperti pada Boci Khurcuangi yang masih trend.
3. Kualitas Pelayanan memoderasi pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk Boci Khurcuangi di Pekalongan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis ketiga yang diterima, sehingga pelanggan yang mendapatkan kualitas pelayanan yang baik cenderung lebih tertarik melakukan pembelian produk dibarengi dengan acara label halal pada produk yang akan mereka beli.

4. Kualitas Pelayanan memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Boci Khurcuangki di Pekalongan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis keempat yang diterima, sehingga pelanggan yang mengikuti gaya hidup dalam melakukan pembelian akan lebih terdukung dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang diberikan.

B. Keterbatasan Penelitian

Batasan penelitian yang dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya adalah:

1. Riset ini hanya berfokus pada dua variabel yaitu variabel label halal serta gaya hidup dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga dalam penelitian selanjutnya perlu dikembangkan lagi untuk mengetahui variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dalam penelitian ini hanya digunakan satu variabel moderasi yang dapat mempengaruhi interaksi antara variabel independen dan variabel dependen.

C. Saran

1. Lakukan pembelian dari toko atau distributor resmi untuk memastikan keaslian dan kualitas produk, serta Waspadai produk palsu yang mungkin beredar di pasaran dengan harga yang jauh lebih murah.
2. Bagi penjual Boci Khurcuangki, memberikan pelayanan dan produk terbaik kepada pelanggan adalah kunci untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Berikan pelatihan kepada staf tentang pentingnya kualitas layanan pelanggan, produk yang dijual, dan bagaimana menangani pertanyaan serta keluhan pelanggan.

3. Bagi akademik semoga kedepannya akan ada penelitian lanjutan yang lebih banyak membahas variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian bukan hanya mencakup label halal dan gaya hidup.



DAFTAR PUSTAKA

- agustin, D. R., Budiwati, H., & Irwanto, J. (2020). Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Produk Dan Variasi Terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Produk Peneng (Studi Kasus Pada Konsumen Cv Mili Arta Lumajanga). *Journal Of Organization And Business Management*, 3(2), 96–100.
- Ajzen, I. (2020). Teori Perilaku Terencana: Pertanyaan Yang Sering Diajukan. *Perilaku Manusia Dan Teknologi Baru*, 2(4), 314–324.
- Arsa, A. A., & Cahyaningratri. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Servicescape, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Kota Semarang. *Journal Of Management Issn (Online): 2337-3792*, 11(5), 1–12. <https://Repofeb.Undip.Ac.Id/Id/Eprint/11282>
- Aulia, A. G. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Ciputra Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Cahyo, A. S. T., Tulhusnah, L., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe And Resto Azalea. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme)*, 20(1), 22–36.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Clarisa, N. M. (2022). *Engaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Dengan Kualitas Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung)*. Uin Raden Intan Lampung.
- Dwi, C. (2024). *Daftar Negara Berpenduduk Muslim Terbesar Di Dunia, Ri Urutan Pertama*. Cnbc Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240616115343-128-546983/daftar-negara-berpenduduk-muslim-terbesar-di-dunia-ri-urutan-pertama>
- Ernawati, S., & Koerniawan, I. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 207–215. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1185>
- Fadila, C. T. (2019). *Analisis Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Roti Bread Boy Bakery &*

- Cake Shop Di Banda Aceh*. [Uin Ar-Raniry Banda Aceh].
<https://Repository.Ar-Raniry.Ac.Id/Id/Eprint/10826/>
- Fahira, P. N. (2023). *Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Di Mc Donald Sisingamangaraja Medan*. Universitas Islam Sumatera Utara.
- Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Pada Produk Safi). *Jes (Jurnal Ekonomi Syariah)*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9* (9th Ed.).
- Ilsanti, D., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Atribut Produk Dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Facial Wash Wardah. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 8(16), 75–87. [Www.Fe.Unisma.Ac.Id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Junjungan, & Nawangsari. (2021). *Pengelolaan Data Statistik Dengan Menggunakan Eviews Dalam Penelitian Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing*. Erlangga.
- Kusuma, I., Lasmana, A., Afif, M., Hambani, S., & Faniska, N. (2021). Pengaruh Partisipasi Anggaran, Evaluasi Anggaran Dan Kejelasan Sasaran Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akunida*, 7(2), 217–230. <https://doi.org/10.30997/jakd.v7i2.4804>
- Malikah, R. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Febi Iain Tulungagung)*. Iain Tulungagung.
- Mulfachriza, Bachri, N., & Biby, S. (2021). Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit Bank Bri Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1), 70–79. <http://ojs.unimal.ac.id/index.php/jmind>
- Nagara, D. N., & Hendrati. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 55–61. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v2i1.1001>
- Nuha, B. L., & Anwar, M. K. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan

- Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1118–1127. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i2.4442>
- Nurjanah, N. N. (2020). *Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Suatu Survey Konsumen Mie Samyang Pada Borma Dago Di Kota Bandung)* [Unikom]. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4443/>
- Nurudin. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Economic, Management And Business*, 2(1), 1–14.
- Oktaviani, N. (2019). *Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Pada Masyarakat Muslim Kota Metro)*. [Iain Metro]. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/253/>
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm Mart Kartika Widya Utama. *Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Sari, Kamala, N. N., & Putra, P. B. A. A. (2019). Sistem Informasi Geografis Mencari Rute Lokasi Travel Di Kota Palangka Raya Berbasis Website. *Jurnal Teknologi Informasi Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Bidang Teknik Informatika*, 13(1), 76–82. <https://doi.org/10.47111/Jti.V13i1.289>
- Putri, M. N., Mutia, A., & Siregar, E. S. (2023). Pengaruh Label Halal, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Restoran Ichiban Jamtos Jambi. *Journal Of Student Research*, 1(6), 257–275.
- Reni, R. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken (Kfc) Cabang Sipin Kota Jambi*. Batanghari Jambi.
- Rosyada, M. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 213–218. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V13i2.868>
- Sandi, F. (2024). *Ukm Makanan Di Ri Tembus 1,7 Juta Unit, Serap 3,6 Juta Pekerja*. Cnbc Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20240606192846-25-544554/ukm-makanan-di-ri-tembus-17-juta-unit-serap-36-juta-pekerja>
- Sitompul, S., & Gunawan, G. (2022). Hubungan Pengeluaran Biaya Operasional,

Perputaran Persediaan Serta Pendapatan Terhadap Peningkatan Atau Penurunan Profitabilitas Pada Pt. Global Agri Sejahtera. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 4(1), 301–315. <https://doi.org/10.47652/Metadata.V4i1.133>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Supardin, L. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal. *Journal Of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4. <http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm>[http://files/171/Cardon - 2008 - Coaching D'equipe.pdf](http://files/171/Cardon-2008-Coaching-D%27equipe.pdf)<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/jkm/article/view/2203><http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/><https://doi.org/10.1080/23322039.2017>
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *Ekobis*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.945>
- Tjiptono, & Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*.
- Widyarsih, C. P. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mp Skincare Clinic Lodoyo*. Uin Sayyid Al Rahmatullah Tulungagung.