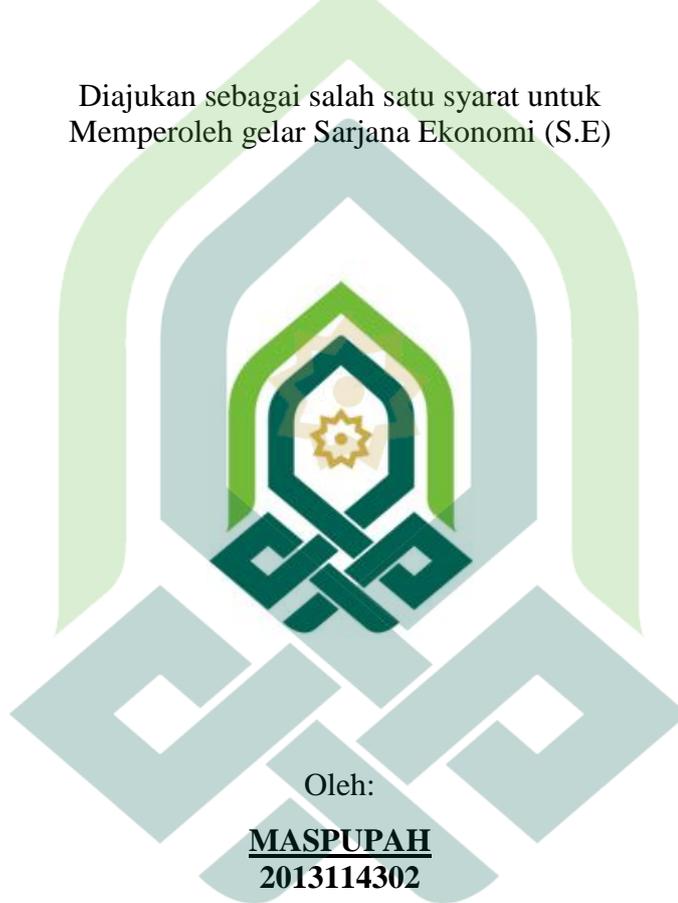


**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LABEL HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MUSLIM PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN  
HALAL DALAM KEMASAN DI DESA JATINGARANG  
KECAMATAN BODEH KABUPATEN PEMALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

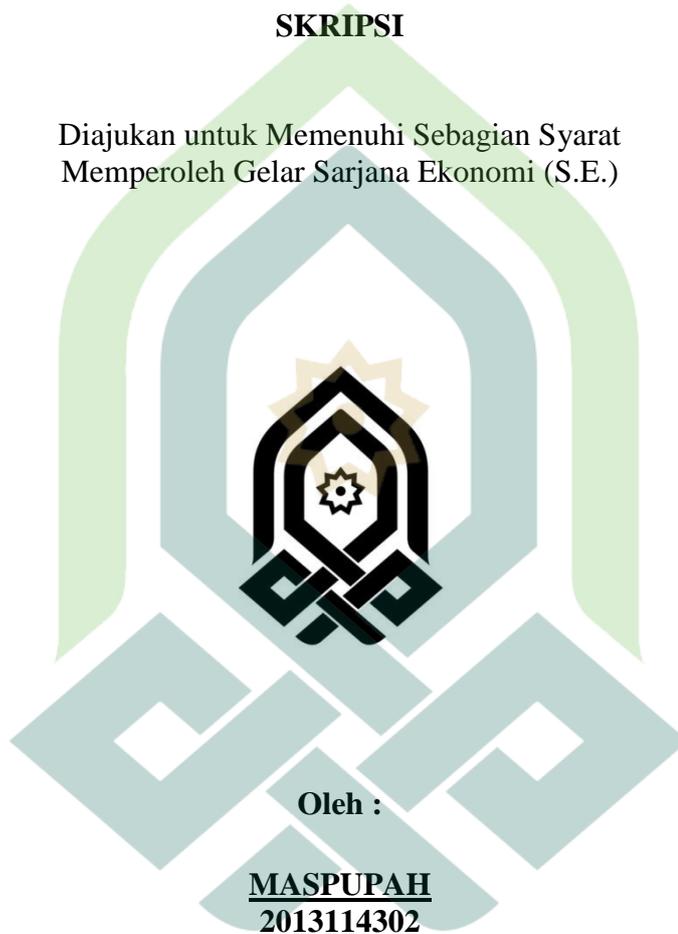
**MASPUPAH**  
**2013114302**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2019**

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LABEL HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
MUSLIM PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN  
HALAL DALAM KEMASAN DI DESA JATINGARANG  
KECAMATAN BODEH KABUPATEN PEMALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**MASPUPAH**  
**2013114302**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2019**



**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maspupah

NIM : 2013114302

Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Kemasan di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari terbukti skripsi tersebut adalah plagiat, maka penulis bersedia mendapat sanksi akademis.

Pekalongan, 21 Maret 2019

Yang menyatakan



Maspupah

Nim. 2013114302

## NOTA PEMBIMBING

**Ahmad Syukron, M.E.I**

Jalan Paesan Tengah No. 123 Kedungwuni Barat Kab. Pekalongan

---

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi. Sdr. Maspupah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : MASPUPAH

NIM : 2013114302

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Kemasan di Desa Jatingarang Kec. Bodeh Kab. Pemalang**

dengan ini memohon agar skripsi Saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alakum Wr. Wb.*

Pekalongan, 11 Februari 2019

Pembimbing



**Ahmad Syukron, M.E.I**  
NIP. 19711051 200501 1003



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan. Rowolaku, Kajen Telp. (085728204134) Fax. (0285) 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : MASPUPAH  
NIM : 2013114302  
Judul Skripsi : PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN HALAL DALAM KEMASAN DI DESA JATINGARANG KEC. BODEH KAB. PEMALANG

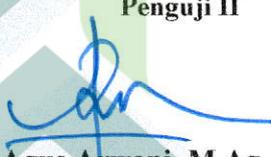
Telah diujikan pada hari Senin tanggal 18 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

  
Muhammad Nasrullah, M.S.I  
NIP. 19801/128 200604 1 003

Penguji II

  
Agus Arwani, M.Ag.  
NIP. 19760807 201412 1 002

Pekalongan, 21 Maret 2019

Disahkan oleh Dekan,

  
Dr. Shinta Dewi Rismawati, M. H  
NIP. 19750220 199903 2 001



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)



خ	Kha	Kh	ka danha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ث	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En



و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ـ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة      ditulis      *fātimah*

## 4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا      ditulis      *rabbānā*

البر      ditulis      *al-barr*

## 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

#### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (^/).

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala hidayah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW.

Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, saya persembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang yang telah memberikan warna dalam hidup saya:

1. Ibunda tercinta Rumingsih dan ayahanda tercinta Kartono yang telah mencurahkan kasih sayang dan selalu membimbing penulis dalam setiap langkah. Doa tulus kepada ananda seperti air yang tak pernah berhenti mengalir, pengorbanan, motivasi, kesabaran, ketabahan dan tetes air matamu yang mustahil untuk dinilai. Doa dan dukungan dari ibunda dan ayahanda senantiasa terus saya harapkan agar langkah saya esok terus maju.
2. Saudara kandung saya, Muniroh dan Sodikin Ali, serta saudara ipar saya Abdul Syukur dan Sri Lestari yang selalu saya sayangi, terimakasih telah menjadi penyemangat dalam setiap harinya serta selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk selalu berjuang.
3. Keluarga besar Bani Maryun, semua om dan bulek, serta seluruh sepupu dan juga keponakan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa dan semangatnya.



4. Sahabat-sahabat saya, Slamet Syakhribul Amin, Amalia Majid, Dwi Susiati Eva Oktavia, Elma Safitri, Hanifah Aida, Mutoharoh, Rita Apriliani N.K, Mita Abdillah, Eva Farkhatunnisa, Ainur Rosyidah, Kholifah, Rosmawati, dan Zakiyatul Mar'ah terimakasih atas nasihat, motivasi, bantuan dan dukungannya.
5. Teman-teman KKN Pokja Rowolaku Angkatan 44 yang telah memberikan doa, motivasi serta dukungannya.
6. Teman-teman Ekos G yang senantiasa memberikan semangat dan motivasinya, serta
7. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah Angkatan 2014.



## MOTTO

*“...Makanlah kalian dari makanan yang baik-baik dan kerjakanlah amal shaleh.” (QS. Al-Mukminun 51)*

*If you want to change the world, go home and love your family.*



## ABSTRAK

**Maspupah, 2019. *Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Kemasan di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang.* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing: Ahmad Syukron, M.E.I**

Konsumen muslim sudah seharusnya selalu mengkonsumsi segala sesuatu yang baik yang telah disediakan Allah SWT dimuka bumi ini untuk menjaga kualitas jasmani dan rohani kita dengan mengkonsumsi sesuatu yang halal. Konsumen muslim yang tinggi pengetahuan akan produk halal seharusnya berimplikasi positif terhadap pembentukan persepsi positif akan produk halal dengan dukungan labelisasi halal dan meyakini serta memilah mana produk yang halal atau tidak. Pencantuman label halal sangat penting terutama untuk umat Islam, dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan label halal baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada makanan dan minuman dalam kemasan.

Penelitian ini termasuk penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder, adapun data dalam penelitian ini diperoleh dari observasi, kuesioner dan dokumentasi. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen yaitu religiusitas ( $X_1$ ), label halal ( $X_2$ ) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen ( $Y$ ). Populasi penelitian ini adalah konsumen muslim perempuan desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemalang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling* dengan jumlah sampel 95 responden. Teknik analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk makanan dan minuman dalam kemasan di desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemalang dengan nilai sig  $0.001 < 0.05$  atau nilai  $t_{hitung} 3,568 > t_{tabel} 1,986$  (2) Label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk makanan dan minuman dalam kemasan di desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemalang dengan nilai sig.  $0.012 < 0.05$  atau nilai  $t_{hitung} 2,560 > t_{tabel} 1,986$  (3) berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa kedua variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman dalam kemasan di desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemalang ditunjukkan dengan F hitung sebesar  $13,106 > F$  tabel  $3,09$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  (4) nilai *adjusted R square* sebesar  $0,222$ , hal tersebut menunjukkan bahwa 22% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 77,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

*Kata Kunci : Religiusitas, Label Halal, Keputusan Pembelian*

## KATA PENGANTAR

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang tiada henti-hentinya melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Kemasan di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang*”. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Selanjutnya, dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dorongan, arahan serta bimbingan dari banyak pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Ibu Dr.Shinta Dewi Rismawati,S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Agus Fakhрина, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Ibu Dr. Hj. Susminingsih,M.Ag selaku Dosen Wali.
5. Bapak Ahmad Syukron, M.E.I. selaku Dosen Pembimbing, terimakasih atas segala bimbingan, arahan, nasihat dan dukungannya.
6. Bapak Muhammad Nasrullah, M.Si dan Bapak Agus Arwani, M.Ag selaku dosen penguji skripsi yang telah banyak memberikan saran serta masukan dalam perbaikan dan penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
8. Secara khusus ucapan terima kasih ini ditujukan kepada kedua orang tua dan kepada saudaraku yang dengan kasih sayangnya telah memberikan



pengorbanan materi maupun non materi dan do'anya kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.

9. Seluruh sahabat dan temanku, terima kasih atas dukungan dan do'a dari kalian semua.
10. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta membalas segala amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlimpah. Amiin.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penyajian, pemilihan kata-kata, dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan oleh kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis hanya bisa berharap semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 21 Maret 2019

Penulis

Maspupah

NIM 2013114302



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Batasan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Manfaat Penelitian .....	12
F. Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
A. LandasanTeori .....	15
1. Teori Konsumsi dalam Perspektif Islam .....	15
2. Religiusitas .....	26
3. Label Halal .....	30
4. Keputusan Pembelian Konsumen.....	37
B. Tinjauan Pustaka .....	44
C. Kerangka Berpikir .....	55
D. Hipotesis .....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	60
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	61
C. Sumber data .....	61
D. Variabel penelitian .....	62
E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian .....	66
F. Populasi dan Sampel .....	67
G. Teknik Analisis Data .....	69



<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>78</b>
A. Deskripsi Data .....	78
B. Karakteristik Responden.....	80
C. AnalisisData .....	83
D. Pembahasan .....	95
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>101</b>
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Statistik Sertifikasi Halal LPPOM-MUI Pusat Periode 2011 - 2018.....	3
Tabel 1.2	Contoh Daftar Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan Berlabel Halal MUI.....	5
Tabel 2.1	Kombinasi Barang X dan Y yang dikonsumsi untuk meningkatkan utilitas.....	17
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1	Variabel Penelitian.....	64
Tabel 3.2	Daftar Alternative Jawaban Kuesioner.....	67
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	81
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi.....	82
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Religiusitas.....	83
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Label halal.....	83
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen.....	84
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Setiap Variabel.....	84
Tabel 4.8	Hasil Uji One Sampel Kolmogrov Smienov Test.....	86
Tabel 4.9	Hasil Uji Linieritas.....	87
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	88
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Gledser).....	89
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel 4.13	Hasil Uji t.....	91
Tabel 4.14	Hasil Uji f (ANOVA).....	93
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi.....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Batang Sertifikasi Halal LPPOM-MUI Pusat Periode 2011 – 2018 .....	4
Gambar 2.1 Kurva <i>Indifference</i> dengan Utilitas Brebeda .....	18
Gambar 2.2 Kurva Iso - Masalah.....	24
Gambar 2.3 Kurva Iso Masalah Barang Halal X dan Halal Y serta Kurva Iso Masalah Barang Haram X dan Halal Y .....	25
Gambar 2.4 Label halal resmi MUI.....	36
Gambar 2.5 Model lima tahap keputusan pembelian .....	41
Gambar 2.6 Kerangka Berfikir .....	55
Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Normalitas Data .....	86
Gambar 4.2 Grafik Scatter Plot .....	89
Gambar 4.3 Uji Hipotesis Variabel Religiusitas.....	92
Gambar 4.4 Uji Hipotesis Variabel Label Halal.....	93
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji F).....	94



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner/Angket
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Data Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5. Data Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7. Uji Hipotesis
- Lampiran 8. Uji F
- Lampiran 9. Koefisien Determinasi
- Lampiran 10. Tabel r
- Lampiran 11. Tabel t
- Lampiran 12. Tabel F
- Lampiran 13. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
- Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar belakang masalah

Sekarang ini jumlah Umat muslim sangat besar dan tersebar di seluruh dunia. Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah umat Islam yang besar dari pada negara-negara lain di dunia. Menurut sensus penduduk yang dilakukan pada tahun 2010 sebanyak 87,1 % dari 237.641.326 penduduk Indonesia adalah muslim.<sup>1</sup> Data dari *The Pew Forum on Religion & Public Life* menyebutkan Indonesia termasuk peringkat pertama dari 10 negara dengan jumlah penduduk muslim yang terbesar di dunia. Adapun negara-negara lain yang mengikuti secara berturut-turut adalah Pakistan, India, Bangladesh, Mesir, Nigeria, Iran, Turki, Aljazair dan Maroko.<sup>2</sup> Banyaknya jumlah penduduk muslim di Indonesia tentu memiliki pengaruh signifikan terhadap beberapa aspek, baik sosial, maupun aspek ekonomi.

Populasi yang demikian besar dari umat Islam di Indonesia tersebut, menjadi pasar yang demikian potensial untuk dimasuki oleh para produsen makanan baik dari dalam maupun luar negeri. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah pemilihan produk makanan halal.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>. (Diakses pada tanggal 10 juli 2018).

<sup>2</sup> <https://www.republika.co.id/berita/duniaislam/islam/nusantara/15/05/27/noywh5-inilah-10-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>. (Diakses pada tanggal 10 juli 2018)

<sup>3</sup> Ady Syahputra dan Haroni Doli Hamoraon, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan", *jurnal ekonomi dan keuangan*, No. 8, II, .hlm. 475.

Secara prinsip mengonsumsi produk halal merupakan salah satu ajaran Islam. Di dalam ajaran Islam seorang muslim tidak diperkenankan mengonsumsi makanan kecuali yang halal dan *thayyib* (baik). Para ulama menafsirkan *thayyib* yaitu bergizi sesuai standar ilmu kesehatan. Masyarakat harus bisa mengevaluasi setiap produk makanan atau minuman yang akan dikonsumsi. Lalu dimana peran pemerintah dalam melindungi masyarakat, siapakah yang akan menjamin keamanan masyarakat muslim dalam mengonsumsi suatu produk makanan dan minuman, yang mana label halal tersebut merupakan syarat utama.<sup>4</sup>

Di Indonesia, jaminan kehalalan suatu produk diwujudkan dalam bentuk label halal dan sertifikat halal yang menyertai suatu produk. Labelitas dan sertifikasi halal diterbitkan oleh MUI dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan surat keputusan bersama. Dengan adanya sertifikat halal, produsen boleh mencantumkan logo atau label “Halal” pada kemasan produknya. Dengan disertakan label atau logo “Halal” pada kemasan produk, maka kita dapat jaminan mengenai kehalalan suatu produk tanpa perlu menguji maupun melihat proses produksinya sebelum membeli dan mengkonsumsinya, dan konsumen muslim pasti akan cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat, “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. I, No. 4(Medan: Departemen Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara, 2013), hlm. 50.

<sup>5</sup>M. Makhmumatina, ”Pengaruh Halal Literacy,Religiusitas, dan Halal Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Pekalongan Tahun 2016”, *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, (Pekalongan : Perpustakaan IAIN Pekalongan, 2016), hlm. 2.

Disamping itu, LPPOM- MUI sendiri juga memberikan sertifikasi halal kepada produsen- produsen obat dan makanan yang secara sukarela mendaftarkan produknya untuk diaudit LPPOM- MUI. Dengan begitu produk yang beredar di kalangan konsumen muslim bukanlah produk- produk yang secara keseluruhan memiliki label halal yang dicantumkan pada kemasannya. Berikut tabel sertifikasi halal di Indonesia<sup>6</sup> :

**Tabel 1.1**  
**Statistik Sertifikasi Halal LPPOM-MUI Pusat**  
**Periode 2011 - 2018**

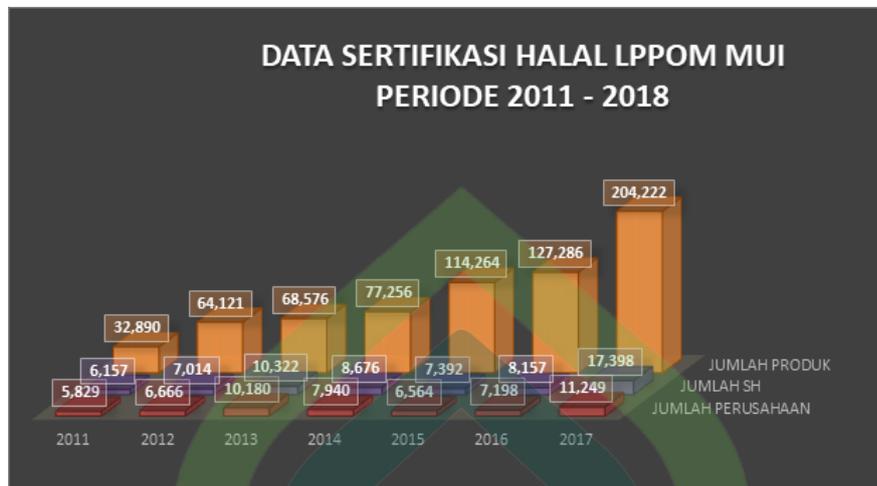
<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH PERUSAHAAN</b>	<b>JUMLAH SH</b>	<b>JUMLAH PRODUK</b>
<b>2011</b>	4,325	4,869	39,002
<b>2012</b>	5,829	6,157	32,890
<b>2013</b>	6,666	7,014	64,121
<b>2014</b>	10,180	10,322	68,576
<b>2015</b>	7,940	8,676	77,256
<b>2016</b>	6,564	7,392	114,264
<b>2017</b>	7,198	8,157	127,286
<b>2018</b>	11,249	17,398	204,222
<b>TOTAL (2011 - 2018)</b>	<b>59,951</b>	<b>69,985</b>	<b>727,617</b>

Sumber : [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa setiap tahun jumlah sertifikat halal terus mengalami peningkatan dari tahun 2011 yang hanya sebanyak 4.869, sertifikat halal naik menjadi 6.157 pada tahun 2012, 7.014 pada tahun 2013, 10.322 pada tahun 2014, 8.676 pada tahun 2015, 7.392 pada tahun 2016, 8.157 pada tahun 2017, dan 17.398 pada tahun 2018. Kenaikan tersebut dapat dilihat pada diagram batang sertifikasi halal di Indonesia berikut ini:

<sup>6</sup>[http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/59/1368/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/59/1368/page/1). (diakses pada tanggal 1 Februari 2019)

**Gambar 1.1**  
**Diagram Batang Sertifikasi Halal LPPOM-MUI Pusat**  
**Periode 2011 – 2018**



Sumber : [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

Dari data statistik sertifikasi halal di Indonesia periode 2011-2018 dapat disimpulkan bahwa sekitar 204.222 produk yang beredar di pasaran hanya 17.393 yang telah mendapat sertifikat halal, artinya 8,5 % produk saja yang mempunyai jaminan halal dan selebihnya masih dianggap abu-abu. Dengan demikian konsumen muslim akan dihadapkan pada produk-produk halal yang ditandai dengan adanya label halal yang terdapat pada kemasannya dan produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya dapat menimbulkan keraguan atas kehalalan produk tersebut. Maka dari itu sebagai konsumen kita harus jeli dan berhati-hati, karena keputusan untuk membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak sepenuhnya akan ada di tangan konsumen. Sementara itu, kebanyakan dari masyarakat juga mempercayai produk halal hanya dari ucapan penjual atau logo halal yang dibuat oleh

perusahaan produk makanan. Demikian daftar makanan dan minuman dalam kemasan yang sudah berhalal resmi dari MUI<sup>7</sup>:

**Tabel 1.2**  
**Contoh Daftar Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan Berlabel Halal MUI**

No	Produk makanan dan Minuman dalam kemasan	No. Registrasi
1.	Migelas Ayam Bawang Protevit	00090016450701
2.	ndomie (Jumbo) Mi Instan Goreng / Indomie Jumbo Instant Noodles Mi Goreng	00090000300799
3.	Sarimi Mi Instan Goreng Rasa Ayam Kecap	00090000300799
4.	Gery Biskuit Salut Cokelat	00100014221200
5.	Mie Sedaap Instant Mi Goreng Rasa Mi Ayam Istimewa	00090036380805
6.	TANGO CRUNCHCAKE Wafer Rasa Coklat	00100007301297
7.	Astor Singles Wafer Roll	00100014301200
8.	Cocoa cookies pieces	00290082890517
9.	Lays Classic Salty / Rasa Asin Klasik	00100037591205
10.	Nissin Wafer Krim Coklat	00100039290306
11.	AQUA	00120016900801
12.	Minuman Kopi Rasa Cappuccino; Good Day Originale Cappuccino	00120017110901
13.	Teh Cup Minuman Teh Hijau Cap Bandulan	15120011480614
14.	Chocolatos Minuman Rasa Cokelat	00120072750615
15.	Kopikap Cappuccino	00120040440606
16.	ABC Minuman Asam Jawa (ABC Tamarind Drink)	00120016560801
17.	ICHI OCHA Minuman Teh Rasa Madu	00120038970306
18.	Cimory Susu UHT Rasa Bluberi (Blueberry UHT Milk)	00040048150608
19.	Susu UHT Indomilk Kids (Karton Laminat)	00040009041098
20.	Ultra Mimi / Mimi Kids - Susu UHT Rasa Stroberi / Minuman Susu UHT Rasa Stroberi	00040007670298

Sumber : [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

<sup>7</sup>[http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/ceklogin\\_halal/produk\\_halal\\_masuk/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/ceklogin_halal/produk_halal_masuk/1)  
(diakses pada 1 Februari 2019)

Tabel diatas menunjukkan ragam makanan dan minuman yang mendapatkan sertifikasi halal. Namun peneliti masih menemukan peredaran makanan dan minuman kemasan yang belum mendapatkan sertifikasi halal atau tidak terdaftar di LPPOM-MUI seperti Soyjoy, Skippy Creamy, Ceres Spread Choco Hazelnut, Mi Instan Bul Nak, dll.

Seorang muslim sudah seharusnya selalu mengkonsumsi segala sesuatu yang baik yang telah disediakan Allah SWT di bumi ini untuk menjaga kualitas jasmani dan rohani kita dengan mengkonsumsi sesuatu yang halal. Halal diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut syariat Islam. Lawan halal adalah haram yaitu tidak dibenarkan atau dilarang menurut ajaran Islam.<sup>8</sup> Allah sudah menjelaskan dalam Al-Qur'an:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِء مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” (Al-Maidah [5] : 88).

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“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 yang nyata bagimu.” (Al-Baqarah [2] : 168).

<sup>8</sup> Tri widodo, “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)” *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*, (Surakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2015), hlm.. 2.

Ayat-ayat di atas bukan saja menyatakan bahwa mengkonsumsi yang halal hukumnya wajib karena merupakan perintah agama, tetapi juga menunjukkan bahwa hal tersebut merupakan salah satu wujud perwujudan dari rasa syukur dan keimanan kepada Allah SWT. Sebaliknya, mengkonsumsi yang tidak halal dipandang sebagai mengikuti ajaran setan.

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Menurut Salleh dalam penelitiannya Rojib Burhan Winahyu megartikan keberagamaan atau religiusitas sebagai keadaan percaya pada Tuhan, yang ditandai dengan kesalehan dan semangat keagamaan. Semakin tinggi kesalehan dan semangat keagamaan, maka semakin kuat keyakinannya pada Tuhannya, yang berarti semakin tinggi pula nilai religiusitasnya.<sup>9</sup> Dwiwati, dkk menghubungkan aspek religiusitas terhadap keputusan pembelian produk halal dan hasilnya dari kelima dimensi religiusitas yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal adalah dimensi konsekuensi.<sup>10</sup> Disamping itu menurut Shah Alam dalam penelitiannya M. Dharma Tuah, dkk menyatakan bahwa konsumen yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung kurang impulsif saat mengambil keputusan pembelian.

---

<sup>9</sup> Rojib Burhan Winahyu, "Pengaruh *risk attitude*, *risk perception*, dan *subjective norm* terhadap *risk intended behavior* dari restoran makanan yang tidak memiliki sertifikasi halal bagi konsumen muslim, dengan variabel moderator religiusitas", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No.2, (Surabaya:FE UNESA, 2013), hlm. 133.

<sup>10</sup> Dwiwati Astogini, Wahyudin, dan Siti Zulaikha Wulandari, "Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal : Studi tentang labelisasi halal pada produk makanan dan minuman kemasan", *Journal JEBA*, Vol.13, No.1, Maret 2011, hal 3

Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen yang religiusitasnya tinggi cenderung kurang impulsif, berperilaku relatif lebih matang, disiplin dan bertanggung jawab saat mengambil keputusan pembelian.<sup>11</sup>

Pada umumnya agama mengatur tentang apa yang yang diperbolehkan dan apa yang dilarang untuk dilakukan, termasuk perilaku dalam berkonsumsi. Agama dapat mempengaruhi perilaku konsumen khususnya pada keputusan membeli. Konsumen pasti akan melakukan pembelian atas dasar norma- norma yang telah ditetapkan dalam agamanya. Dengan pemahaman yang semakin baik tentang agama membuat konsumen muslim menjadi semakin selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi.<sup>12</sup>

Konsumen muslim yang tinggi pengetahuan akan produk halal seharusnya berimplikasi positif terhadap pembentukan persepsi positif akan produk halal dengan dukungan labelisasi halal dan meyakini serta memilah mana produk yang halal dan tidak. Pencantuman label halal sangat penting terutama umat Islam, dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Ady Syahputra dan Haroni Doli Hamoraon dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa label halal dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> M.Dharma Tuah Putra Nasution dan Yossie Rossanty, "Hubungan antara Religiusitas dan Pengambilan Keputusan Membeli Panganan Halal dimoderasi oleh Persepsi Konsumen atas Risiko", *Jurnal Ilmiah Research Sains* Vol.2 No. 2 Juni 2016, hlm.7.

<sup>12</sup> Tengku Putri Lindung Bulan," Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.5, No.1,( Aceh : Universitas Samudera, 2016), hlm. 430.

<sup>13</sup> Ady Syahputra dan Haroni Doli Hamoraon, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan", *jurnal ekonomi dan keuangan*, No. 8, II, .hlm. 486.

Selanjutnya dalam penelitiannya Julia Lestari, M.Hufron dan M.Khoirul ABS menyatakan bahwa dengan tercantumnya label halal pada bagian kemasan suatu produk, maka dapat memberikan pengaruh secara langsung bagi para konsumen untuk menggunakan suatu produk tersebut. Munculnya rasa nyaman dan rasa aman dalam mengkonsumsi suatu produk tersebut maka akan membuat seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.<sup>14</sup>

Salah satu desa yang menarik untuk diteliti berkaitan dengan niat mengkonsumsi/membeli produk halal adalah desa Jatingarang. Desa Jatingarang merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Bodeh kabupaten Pemalang yang terletak di sebelah utara desa Kwasen, sebelah selatan desa Medayu, sebelah barat desa Gunung Batu dan sebelah timur desa Karang Moncol. Desa Jatingarang memiliki jumlah penduduk muslim 7014 jiwa dan penduduk non-muslim 2 jiwa dari jumlah penduduk keseluruhan 7016 jiwa. Dengan kata lain, lebih dari 99,9% penduduk beragama Islam dan 0,1% penduduk beragama non-Islam. Desa jatingarang memiliki luas 1.105,45 Ha yang terdiri dari pemukiman, pertanian, hutan, sekolah prasarana dan pemakaman. Keadaan penduduk menurut jenis kelamin adalah laki-laki sebanyak 3524 jiwa dan perempuan 3492 jiwa, dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 1920 kepala keluarga.<sup>15</sup>

Perilaku konsumen merupakan suatu yang menarik untuk dikaji. Berkaitan dengan perilaku individu yang berbeda-beda, maka untuk

<sup>14</sup> Julia Lestari, M.Hufron dan M.Khoirul ABS, Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang), *Jurnal Riset Manajemen*, hlm. 66

<sup>15</sup> <http://jatingarang.desakupemalang.id/demografi/> diakses pada tanggal 20 juli 2018

mempelajari dan menganalisa perilaku diperlukan adanya suatu model yang dapat menggambarkan sebuah rancangan untuk membantu mengembangkan teori yang mengarahkan penelitian perilaku konsumen dan sebagai bahan dasar untuk mempelajari pengetahuan yang terus berkembang mengenai perilaku konsumen dan faktor- faktor yang mempengaruhinya.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mencoba untuk menguji apakah religiusitas dan label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman halal. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh religiusitas dan label halal terhadap keputusan pembelian konsumen, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosnumen Muslim pada Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Kemasan di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang”**

#### **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen muslim membeli produk makanan dan minuman halal dalam kemasan di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang?

2. Apakah label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen muslim membeli produk makanan dan minuman halal dalam kemasan di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang?
3. Apakah religiusitas dan label halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen muslim membeli produk makanan dan minuman halal dalam kemasan di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang?

### **C. Batasan masalah**

Agar penelitian ini lebih terfokus, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini terfokus pada variabel religiusitas dan label halal terkait dengan keputusan membeli produk makanan dan minuman halal dalam kemasan.
2. Penelitian ini dibatasi dengan mengkaji konsumen muslim dengan jenis kelamin perempuan yang ada di desa Jatingarang. Dan keputusan pembelian produk makanan dan minuman halal dalam kemasan dengan dukungan label halal resmi MUI pada kemasan dan bukan produk UMKM atau rumahan.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh religiusitas secara parsial terhadap keputusan konsumen muslim membeli produk makanan dan minuman halal dalam kemasan di desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemalang.
2. Mengetahui pengaruh label halal secara parsial terhadap keputusan konsumen muslim membeli produk makanan dan minuman halal dalam kemasan di desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemalang.
3. Mengetahui pengaruh religiusitas dan label halal secara simultan terhadap keputusan konsumen muslim membeli produk makanan dan minuman halal dalam kemasan di desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemalang.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan bermanfaat baik bagi penulis maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan, baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat tersebut antara lain:

1. Manfaat teoritis
  - a. Memberikan bukti empiris tentang perilaku konsumen yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yang pada penelitian ini dikaitkan dengan lebelisasi halal dan religiusitas.

b. Memperkaya pengetahuan khususnya tentang perilaku konsumen muslim dalam memustuskan pembelian terkait produk makanan dan minuman halal dalam kemasan.

2. Manfaat praktis.

a. Memberikan penjelasan kepada pembaca tentang pendapat masyarakat terhadap label halal pada makanan dan minuman dalam kemasan melalui penelitian ini.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini dimaksudkan agar mempermudah dalam pembahasan bab-bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

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

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

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

Bab ini berisi mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai jenis dan sumber data penelitian, populasi sampel, variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengolahan data dan metode analisis data.



**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi hasil pengolahan data dan analisis atas hasil pengolahan data tersebut.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran-saran penelitian.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Kemasan

Berdasarkan hasil uji t variabel religiusitas (X1) diperoleh  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,568 > 1,986$  dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman halal dalam kemasan pada konsumen muslim desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemasang.

2. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Kemasan

Berdasarkan hasil uji t variabel label halal (X2) diperoleh  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $2,560$  dengan tingkat signifikansi  $0,012 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa label halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman halal dalam kemasan pada konsumen muslim desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemasang.

3. Pengaruh Religiusitas dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Halal dalam Kemasan

Berdasarkan hasil uji  $f$ , diperoleh  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  13,106 > 3,09 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas dan label halal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman halal dalam kemasan pada konsumen muslim desa Jatingarang kecamatan Bodeh kabupaten Pemalang.

4. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,222 atau hanya 22,2% keputusan pembelian konsumen muslim pada produk makanan dan minuman halal dalam kemasan dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas dan label halal. Sedangkan 77.8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain.

#### **B. Saran**

Dari kesimpulan diatas, berikut ini saran-saran untuk penelitian berikutnya :

1. Saran bagi para produsen khususnya sebaiknya mencantumkan label halal pada semua produknya dan menambah pencantuman label halal bagi produk yang belum mendapat label halal agar konsumen merasa tenang bahwa barang yang dibeli konsumen benar- benar terjamin kehalalannya tanpa harus melihat proses produksinya langsung.
2. Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti dengan topik sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah

variabel pendapatan, tabungan, harga dan variabel variabel-variabel lain karena masih banyak yang memungkinkan variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman dalam kemasan.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ayahdi, Abdul Aziz. (2001). *Psikologi Agama Kepribadian Muslim Pancasila*. Bandung: Sinar Baru.
- Al Arif, M. Nur Rianto (2015). *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Fauzi, Muchamad. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Walisongo press.
- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M. Nur dan Rini Risnawita S. (2016) *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta:Ar-ruzz Media.
- Hadi, Syamsul. (2006). *metode Penellitian Kauntitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Jalaludin. (2004) *Psikologi Agama, Edisi Revisi*. Jakarta : PT Raja Gafindo Persada.
- Kotler & Armstrong. (2001) *Prinsip-prinsip pemasaran, jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip. (2005) *Manjemen Pemasaran, Jilid I, edisi kesebelas*. Klaten: PT. Intan Sejati Klaten.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manjemen Pemasaran, Jilid I*. PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kuncoro, Mudrajat. (2003) *metode riset untuk bisnis dan ekonomi "bagaimana meneliti dan menulis tesis?.* Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. (2005). *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta : BPFY Yogyakarta.
- Qardawi, Yusuf. (2007). *Halal dan Haram dalam Islam*. Surakarta: Era Intermedia
- Rianse, Usman dan Abdi, (2009) *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Bandung : Alfabeth.

Rumidi, Sukandar. (2012). *Metodologi Penelitian Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Jogjakarta: Gajah Mada University Press.

Sadar, M., Moh Taufik Makarsao dan Habloeol Mawadi. (2012) *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: Akademia.

Sanusi, Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen, Ed, Revisi*. Jakarta : Prenada Media Group.

Subandi, M. A. (2013). *Psikologi Agama dan Kesehatan Mental*. Yogyakarta: pustaka belajar.

Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sumar'in. (2013). *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Supranto, (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Umar, Husein. (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.

Walker, Boyd L (1997) *Manajemen Pemasaran, Jilid*. Jakarta: Erlangga.

Wijaya, Tony. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis : Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

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

### **Jurnal**

Agustian, Eri dan Sujana, (2013). *Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen : studi kasus pada produk wall's conello*. Jurnal Ilmu Manajemen Kesatuan. Vol. I, No. 2. Bogor: STIE Kesatuan.

Astogini, Dwiwati, dkk. *Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal*. JEBA, Vol. 13, No.1.

- Bulan, Tengku Putri Lindung. *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol.5, No.1. Aceh : Universitas Samudera.
- Dharma , M. Tuah Putra Nasution dan Yossie Rossanty. (2016). *Hubungan antara Religiusitas dan Pengambilan Keputusan Membeli Panganan Halal di Moderasi oleh Persepsi Konsumen atas Resiko*”, Jurnal Ilmiah Research Sains Vol.2 No.2 Juni.
- Khoerunnisa, Tiara. Dkk. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal, Pemaparan, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian Makanan Halal pada Penduduk Kota Malang*. Jurnal Ekonomi Bisnis, No. 1. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Lestari, Julia dkk. *Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)*. Jurnal Riset Manajemen.
- Nasrullah, Muhammad. (2015) *Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk*. Jurnal Hukum Islam. Vol XIII, No. 2. Pekalongan: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Pekalongan.
- Rusadi, Made Deasy Natalia. *Pengaruh Atribut Produk dan Motif Hedonic Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.3 No. 7.
- Sari, Dewi Kurnia dan Ilyda Sudardjat. (2013). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol. I, No. 4. Medan: Departemen Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara.
- Syahputra, Ady dan Haroni Doli Hamoraon. *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, No. 8, II.
- Supriyatni, Renny. *Eksistensi dan Tanggung Jawab Majelis Ulama Indonesia dalam Penerapan Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan di Indonesia*. Al-Iqtishad. Vol III no. 2.
- Tarigan, Eka Dewi Setia. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa*

*Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. Vol.III, No. 1. Medan: Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.*

Winahyu, Rojib Burhan. (2013). Pengaruh *risk attitude*, *risk perception*, dan *subjective norm* terhadap *risk intended behavior* dari restoran makanan yang tidak memiliki sertifikasi halal bagi konsumen muslim, dengan variabel moderator religiusitas. *Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 5, No.2. (Surabaya:FE UNESA)*

### **Skripsi**

An Nada, Zuhroh. (2018). *Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Label Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Pada Masyarakat Muslim di perumahan Bekasi Elok 1, Desa Jejalen Jaya, Tambun Utara, Bekasi, Jawa Barat)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jakarta : Uin Syarif Hidayatullah.

Astuti, Jessi Kemala. (2011) *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik: Studi Pada Mahasiswa Prodi Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Jakarta*. Skripsi Ekonomi Syariah. Jakarta : Perpustakaan UIN.

Makhmumatina. (2016). *Pengaruh Halal Literacy, Religiusitas, dan Halal Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah STAIN Pekalongan Tahun 2016*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Pekalongan : Perpustakaan IAIN Pekalongan.

Makrufah, Ismi Aziz. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Label halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Konsumen di Outlate Toserba Laris Kartasura)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Surakarta: IAIN Surakarta.

Widodo, Tri. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**Internet**

<https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>

<https://www.republika.co.id/berita/duniaislam/islam/nusantara/15/05/27/nywh5-inilah-10-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>

[http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/59/1368/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/59/1368/page/1)

[http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/ceklogin\\_halal/produk\\_halal\\_masuk/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/ceklogin_halal/produk_halal_masuk/1)

<http://jatingarang.desakupemalang.id/demografi/>  
<http://jatingarang.desakupemalang.id/sejarahdesadesajatingarang/diaksesp>  
[ada](#)





LAMPIRAN-LAMPIRAN



PEMERINTAH KABUPATEN PEMALANG  
KECAMATAN BODEH  
KEPALA DESA JATINGARANG

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : Pemdes/055/II/Tahun 2019

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten pemalang, menerangkan bahwa :

Nama : MASPUPAH  
Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 14 September 1996  
NIM : 2013114302  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Yang bersangkutan telah melakukan Penelitian (Research) di Desa Jatingarang Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang, terhitung sejak tanggal 24 Desember 2018 sampai 14 Januari 2019 guna penulisan sekripsi dengan judul : ***"PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN HALAL DALAM KEMASAN DI DESA JATINGARANG KECAMATAN BODEH KABUPATEN PEMALANG"***.

Demikian Surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jatingarang, 11 Februari 2019  
KEPALA DESA JATINGARANG



**ANJANG TYAS ASMARA**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS DIRI

Nama : Maspupah  
Tempat, tanggalahir : Pemalang, 14 September 1996  
Agama : Islam  
Jeniskelamin : Perempuan  
Alamat : Ds.Jatingarang Rt. 008 Rw. 004  
Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang

### IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Kartono  
Pekerjaan : Pedagang  
Nama Ibu : Rumingsih  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Ds.Jatingarang Rt. 008 Rw. 004  
Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang

### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD N 01 Jatingarang : Lulus tahun 2008
2. MTs. At-Taqwa Jatingarang : Lulus tahun 2011
3. SMK Ma'arif NU Kajen : Lulus tahun 2014
4. IAIN Pekalongan : Masuk tahun 2014.

Pekalongan, 22 Maret 2019

Penulis



Maspupah  
NIM. 2013114302