



**ANALISIS KOMPARATIF KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK DI KABUPATEN MANDAILING NATAL**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**LUKMAN HAKIM
NIM: 1440200074**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2020**



**ANALISIS KOMPARATIF KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK DI KABUPATEN MANDAILING NATAL**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**LUKMAN HAKIM
NIM: 1440200074**

PEMBIMBING I

**Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP : 19790720 201101 1 005**

PEMBIMBING II

**Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 19870431 201903 2 011**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2020

Hal : Lampiran Skripsi
a.n.LUKMAN HAKIM
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 2 September 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan
Di_
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n LUKMAN HAKIM yang berjudul: "ANALISIS KOMPARATIF KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI KABUPATEN MANDAILING NATAL." Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

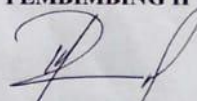
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Rini Hayati Lubis, MP
NIP. 19870431 201903 2 011

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lukman Hakim
NIM : 1440200074
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Produk Di Kabupaten Mandailing Natal.

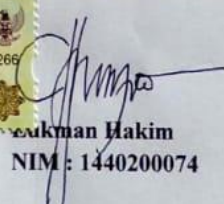
Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 2 September 2019

Saya yang Menyatakan,




Lukman Hakim
NIM : 1440200074

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lukman Hakim
NIM : 1440200074
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Produk Di Kabupaten Mandailing Natal.**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 2 September 2019
Yang menyatakan,



Lukman Hakim
NIM : 1440200074



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : LUKMAN HAKIM
NIM : 1440200074
FAKULTAS/JURUSAN : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-1
JUDUL SKRIPSI : Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Produk Di Kabupaten Mandailing Natal.

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 19841130 201801 2 001

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 19900122 201801 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin/18 November 2019
Pukul : 08.30 WIB s/d 12.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/70,25 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,23
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KOMPARATIF KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK DI KABUPATEN MANDAILING NATAL.**

NAMA : LUKMAN HAKIM
NIM : 1440200074

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 17 Januari 2020

Dekan



Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan tujuan dan waktu yang diharapkan dengan judul “ **Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Produk Di Kabupaten Mandailing Natal**” penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 dalam bidang Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti banyak menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu peneliti menerima kritik dan saran pembaca. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan segala bantuan, motivasi, bimbingan dan saran dari awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkanlah peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang tulus dan penghormatan yang tinggi kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan. Kepada Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, MA, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser, M.Si selaku wakil dekan I Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku wakil dekan II bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, MA selaku wakil dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
3. Ibu Delima Sari Lubis, SEI., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan serta bimbingannya kepada peneliti.
5. Bapak Dr. Budi Gautama, S.Pd., M.M selaku pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis M.P selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda Hamdan Daulay dan Ibunda Tiasroh Harahap, Abang dan kakak yaitu Kakak Rosmi Wardani Daulay, Abang Zeki Malelo Daulay, Kakak Merianty Daulay, Kakak Nur Lila Sari Daulay, Abang Saddam Husein Daulay, serta adik-adik yaitu Anisah

Amaliyah Daulay dan Atina Khoiriyah Daulay. Keluarga merupakan motivasi bagi peneliti dalam segala hal juga banyak memberikan dukungan bagi peneliti, baik itu berupa moral dan materil demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi dari tingkat dasar sampai ke jenjang perguruan tinggi.

8. Teristimewa buat keluarga besar adinda Fadilah S.H
9. Buat Komandan Nasional Resimen Mahasiswa Indonesia Ir. H. Ahmad Riza Patria, MBA, Aspri Dankonas Menwa Anton Lukman, S.Sos, Senior Perintis Resimen Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan Abanganda Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A, Senior Khairul Arief Nasution, yang telah membimbing selama berproses di dalam organisasi Resimen Mahasiswa dan Memotivasi agar selesainya skripsi ini.
10. Buat senior dan alumni Himpunan Mahasiswa Islam, kepada Abanganda Rasyid Assaf Dongoran, M.Si, kepada Abanganda H. Dadang Darmawan Pasaribu, Kepada Abanganda Muhammad Lubis, S.Pd, Abangan Arifin Hidayat Nasution, M.Pd, abanganda Muhammad Rafki Lubis, S.HI, Abangan Burhanuddin Mtd, S.HI, Abanganda Sawalaluddin Siregar, S.Pd, Abanganda Tonni Irawan, S.Pd, Abanganda Syafrianto Tambunan, M.A, yang telah membimbing dalam proses di organisasi Himpunan Mahasiswa Islam dan memotivasi agar selesainya penelitian skripsi ini.
11. Buat Rekan juang Himpunana Mahasiswa Islam (HMI) Iman Suhdi Nasution, S.H, Khoirul Salam Batubara, S.T, Arianto Nasution, S.H, Perwira Siregar, S.Sos, Savaruddin Siregar, S.E, Adinda Anwar Wahyudi

Hasibuan, Adinda Irham Ritongan, yang telah membantu dalam segala proses dan membantu dalam penelitian skripsi ini.

12. Buat sahabat-sahabat keluarga besar ES-2 MB-1 angkatan 2014 dan rekan-rekan mahasiswa seluruhnya. Khususnya sahabat-sahabat peneliti yaitu, Mikail Nijar Hamdun Siregar, S.E, Abdul Karim Pasaribu, Solahuddin Hasibuan. Terimakasih atas dukungan, saran dan semangat yang kalian berikan kepada peneliti, mudah-mudahan Allah mempermudah semua urusan kita.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan Rahmat dan Karunia dari Allah SWT. Akhir kata, peneliti berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padangsidempuan, September 2019

Peneliti,

LUKMAN HAKIM
NIM. 14 402 00074

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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 lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translit erasinya dengan huruf latin.




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṡad	ṡ	Es
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	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
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat translit erasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, translit erasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
يَ.....	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translit erasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
إِ.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
أُ.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, translit erasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, translit erasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditranslit erasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam translit erasiin itanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddahitu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ﺍﻝ . Namun dalam tulisan translit erasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditranslit erasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditranslit erasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan

diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam translit erasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu di satukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman translit erasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena

itu keresmian pedoman translit erasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : Lukman Hakim

NIM : 14 402 00074

Judul : Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Produk Di Kabupaten Mandailing Natal.

Latar belakang masalah penelitian ini adalah dalam perekonomian Indonesia saat ini, Label Halal adalah salah satu faktor utama bagi umat Islam ketika akan membeli dan mengonsumsi suatu produk terkhusus produk minuman. Label halal dimaksud adalah label halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Akan tetapi di Kabupaten Mandailing Natal ada produk minuman yang dikeluarkan oleh CV Madina Murni dengan produk berlabel halal yang tidak sesuai dengan label halal Majelis Ulama Indonesia. Produk tersebut sudah lama dipasarkan dan menjadi minuman yang banyak di konsumsi oleh masyarakat. Masyarakat tidak dapat membedakan dimana label halal yang asli dan label halal tidak asli. Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah terdapat perbedaan antara penggunaan produk berlabel halal asli dan tidak asli terhadap keputusan pembelian produk minuman di Kabupaten Mandailing Natal. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perbedaan antara penggunaan produk berlabel halal asli dan tidak asli terhadap keputusan pembelian produk minuman di Kabupaten Mandailing Natal.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan teori konsumsi dalam ekonomi Islam, labelisasi halal, syarat-syarat kehalalan produk. Selanjutnya perilaku konsumen, faktor-faktor perilaku konsumen dan keputusan pembelian dan proses dalam pengambilan keputusan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data melalui interview, angket dan dokumentasi. Sampel pada penelitian ini berjumlah 88 orang yang merupakan Masyarakat yang mengonsumsi produk Aqua dan Madina. Metode pengambilan sampel dengan sampel acak sederhana dengan skala *likert*. Teknik analisis data yang digunakan dengan *independent sample t-test*.

Hasil perhitungan uji t diperoleh dari variabel Label halal asli dan label halal tidak asli, t nilai hitung < t tabel ($5,287 > 2.634$) dengan nilai signifikan (sig *2-tailed*) $0.00 < 0,01$ maka terdapat perbedaan yang signifikan keputusan pembelian produk di Kabupaten Mandailing natal.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Definisi Operasional Variabel	10
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Kegunaan Penelitian.....	12
H. Sistematika Pembahasan	13
BAB II PEMBAHASAN	14
A. Kerangka Teori.....	14
1. Konsumsi Dalam Ekonomi Islam	14
2. Labelisasi Halal	15
3. Produk Air Mineral	19
a. Produk Aqua	19
b. Produk Madina	20
4. Perilaku Konsumen	20
a. Faktor Budaya	21
b. Faktor Sosial	22
5. Keputusan Pembelian Konsumen.....	24
6. Hubungan Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian Produk	26
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pikir.....	32
D. Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
B. Jenis Penelitian.....	35
C. Populasi Dan Sampel	35
1. Populasi	35
2. Sampel.....	36
D. Sumber Data.....	37
E. Instrumen Pengumpulan Data	38

1. Interview (wawancara).....	38
2. Angket.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas	41
3. Anaisis Deskriptif	41
4. Uji Normalitas.....	42
5. Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	44
A. Gambaran Objek Penelitian	44
1. Profil Kabupaten Mandailing Natal	44
2. Deskriptif PT. Aqua Golden Mississippi	46
3. Deskriptif CV Madina Murni.....	47
B. Analisis Data	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	52
3. Uji Deskriptif	54
4. Uji Normalitas.....	55
5. Independent Sampel T Test.....	56
C. Pembahasan Hasil Penelitian	60
D. Keterbatasan Penelitian.....	62
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan media informasi saat ini, arus informasi yang dapat diperoleh konsumen akan semakin turut pula mempengaruhi pola konsumsi mereka. Salah satu persoalan cukup mendesak yang dihadapi umat adalah membanjirnya produk makanan dan minuman olahan, obat-obatan, serta kosmetik.

Sejalan dengan ajaran Islam, umat islam menghendaki agar produk-produk yang dikonsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesuciannya. Perusahaan yang memproduksi produk pangan seharusnya dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang sejalan dengan ajaran tersebut. Hal ini sejalan dengan tujuan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh berbagai perusahaan, yaitu untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen yang dituju atau konsumen sasaran.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada keinginan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Proses pengambilan keputusan untuk membeli sama untuk setiap orang, hanya seluruh proses tersebut tidak selalu dilaksanakan oleh konsumen.¹

¹ Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : analisis perilaku konsumen*, edisi pertama (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta (Anggota IKAPI), 2016), hlm.15

Kepuasan untuk membeli barang dan jasa tertentu terkadang merupakan hasil dari proses yang lama dan rumit yang mencakup kegiatan informasi, membandingkan berbagai merek, melakukan evaluasi, dan kegiatan lainnya. Namun terhadap produk lainnya, keputusan pembelian dapat terjadi secara mendadak, mungkin hanya dengan melihat produk tersebut dipajang di pasar swalayan dengan harga diskon. Sering ditemui, konsumen kerap membeli suatu produk karena dorongan hati yang muncul saat itu.²

Pemasar perlu memahami bagaimana proses keputusan konsumen dan alasan pembeli yang tidak sama diantara berbagai tipe konsumen. Misalnya, keputusan konsumen mungkin dipengaruhi oleh keperibadian serta gaya hidup konsumen. Konsumen muslim di Indonesia mungkin beberapa akan dipengaruhi oleh keperibadian dan gaya hidup yang membutuhkan produk pangan yang halal untuk dikonsumsi. Dengan demikian, keputusan pembelian konsumen terhadap produk pangan yang halal turut pula dipengaruhi oleh pola konsumsi itu sendiri.

Penduduk Indonesia merupakan mayoritas muslim, dengan demikian produsen yang memproduksi produk pangan dapat menjadikan konsumen muslim sebagai target pasarnya dan akan memberikan peluang yang besar bagi produsen pangan yang menciptakan produk pangan yang halal. Produk mempunyai peranan penting dalam menentukan taraf hidup manusia dan kemakmuran suatu bangsa.

Kegiatan produksi dan konsumsi merupakan sebuah mata rantai yang saling berkaitan satu sama lainnya. Oleh karena itu, kegiatan produksi harus sejalan dengan kegiatan konsumsi. Misalnya adanya

² Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010) hlm.

keharusan mengonsumsi makanan dan minuman yang halal serta pelanggaran mengonsumsi makanan dan minuman yang haram. Kegiatan produksi juga harus sejalan dengan syariat, yakni hanya memproduksi makanan dan minuman yang halal.

Dalam konsumsi prinsip dasar yang harus dijadikan sebagai acuan adalah kebenaran, kesucian, kesederanan, kemaslahatan dan akhlak.³ Islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap kesehatan.⁴ Perilaku konsumsi seorang muslim harus selalu mengacu pada syariat islam, yaitu memelihara *maslahat* dan menghindari *mudharat*.

Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk makanan dan minuman. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk makanan untuk memasuki pasar umat muslim. Namun, dengan ketentuan ini para produsen yang memproduksi produk halal memiliki kesempatan untuk mengincar pasar umat muslim dengan labelisasi halal. Memastikan makanan yang dikonsumsi halal menjadi tanggung jawab bagi setiap muslim. Untuk mempermudah mengetahui makanan yang dikonsumsi halal khususnya minuman dalam kemasan

³ Azhari Akmal Targan, dkk., *Dasar-dasar Ekonomi Islam* (Bandung: Ciptapustaka Media, 2006), hlm. 108

⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 108

maka dapat dilihat dari label halal yang tercantum pada kemasan minuman tersebut. Label pada produk pangan halal yang sangat penting untuk diperhatikan.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2011, label pangan adalah setiap keterangan melalui pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian pada kemasan. Label jaminan pangan ini terdapat berbagai macam, diantaranya adalah label aman produk pangan dan label halal.⁵

Labelisasi halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara *syariah* sehingga produk tersebut boleh dan aman untuk dikonsumsi. Dengan demikian konsumen muslim dapat mengonsumsi produk dengan rasa aman dan tenang. Sedangkan, produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya akan membuat konsumen muslim memiliki kekhawatiran dalam mengonsumsinya, dan produk tersebut dianggap belum mendapat persetujuan lembaga berwenang (LPPOM MUI) untuk dimasukkan ke dalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya.

⁵ Yessie Rosanty dan Dharma Tua Putra, "Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal sebagai Variabel Moderating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan di Kota Medan", *Jurnal Manajemen Tools*, Volume 6, No. 1, Juni 2016, hlm. 75

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), merupakan sebuah lembaga yang dibentuk oleh MUI dengan tugas menjalankan fungsi MUI untuk melindungi konsumen muslim dalam mengonsumsi makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetik.⁶

LPPOM MUI memiliki kewenangan untuk mengeluarkan sertifikasi halal, dan atas dasar itu Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) mengeluarkan label halal untuk produksi yang telah disertifikasi oleh Lembaga Penjaminan Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Gambar label halal yang resmi dari MUI adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1
Label Halal Resmi MUI



Sumber :www.halalmui.org

Logo diatas adalah logo label halal yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia terhadap produk-produk yang lolos uji halal yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Meskipun bukan otoritas pemerintah, tetapi sejauh ini (RUU Jaminan Produk Halal masih dibahas di DPR) MUI-lah yang memegang sertifikasi halal. Sertifikasi halal yang resmi dari MUI ditunjukkan dengan logo berupa tulisan halal (Indonesia dan Arab), yang

⁶ Mohamad Nadratuzzaman Hosen, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI* (Lembaga Penjaminan Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia, 2008), hlm. 9-10

dilingkari dengan tulisan lembaga MUI (Indonesia dan Arab), kemudian dibawahnya dengan sertifikatnya.

Label halal di Indonesia sangatlah mudah ditemukan, umumnya pada produk minuman dalam kemasan. Produk yang tidak jelas bahan bakunya dan pengolahnya pun tidak ditemeli tulisan halal oleh produsen untuk meyakini konsumen bahwa produk tersebut halal. Contoh label halal yang tidak disertifikasi oleh MUI yang sering digunakan oleh produsen adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Label Halal Tanpa Sertifikasi LPPOM MUI



Sumber: www.ahlulbaitiindonesia.or.id

Label halal diatas adalah label halal yang sering ditemukan dalam kemasan produk minuman, akan tetapi label itu tidaklah dikeluarkan oleh MUI. Label halal tersebut tidak ada lembaga penjamin kehalalannya dan bahkan itu dikeluarkan oleh perusahaanya sendiri tanpa melalui proses pengawasan dan penjaminan oleh LPPOM MUI.

Kebenaran suatu pernyataan halal pada label tidak dibuktikan dari segi bahan baku, bahan tambahan, atau bahan bantu yang digunakan, tetapi harus dibuktikan dalam proses produksi dan pengawasan oleh

LPPOM MUI.⁷ Konsumsi muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi muslim di Indonesia yaitu LPPOM MUI.

Pada dasarnya konsumen memiliki persepsi yang berbeda untuk mengambil keputusan dalam membeli produk minuman, sebahagian mungkin tidak peduli label halal suatu produk dan sebagian lainnya masih sangat berpegang teguh dengan prinsip bahwa untuk mengonsumsi suatu haruslah halal dan dibuktikan dengan legalitasnya. Tidak hanya sampai disitu saja, tanggal kadaluarsa suatu produk tersebut harus diperhatikan juga. Dengan demikian, kebutuhan produk halal yang dirasakan oleh konsumen seharusnya mampu diatasi oleh para produsen dengan menciptakan atau menyediakan produk-produk minuman yang halal dan terjamin kehalalannya.

Masyarakat Kabupaten Mandailing Natal pada umumnya adalah mayoritas muslim akan tetapi kebanyakan masyarakat tidak terlalu memperhatikan label halal asli yang disertifikasi oleh LPPOM MUI atau yang tidak disertifikasi pada setiap membeli. Hal ini mencerminkan bahwa mereka tidak terlalu peduli dengan kehalalan suatu produk yang akan mereka konsumsi.

Salah satu contoh masyarakat Pasar Baru Panyabungan yang mana mereka tidak terlalu memperhatikan label halal pada produk air mineral.

Padahal hampir setiap hari mereka mengonsumsi air mineral sebagai

⁷ Departemen Agama RI, 2003, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produk Halal*, Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji, (Jakarta: Departemen Agama) hlm. 461-462

minuman sehari-hari. Produk yang akan diteliti oleh peneliti adalah Air mineral merek Aqua dan Air mineral merek Madina yang merupakan produk yang banyak dipasarkan di daerah Pasar Baru Panyabungan.

Produk Air Mineral merek Aqua merupakan air mineral pertama di Indonesia yang sudah menguasai pasar air mineral dan bahkan sudah pernah mendapat penghargaan Halal Award pada tahun 2016 oleh Majelis Ulama Indonesi. Produk air mineral merek Madina adalah produk air mineral yang baru yang merupakan produk lokal yang diproduksi oleh CV. Madina Murni dan produk yang sangat diminati masyarakat, akan tetapi produk ini memiliki label halal yang tidak sesuai dengan LPPOM MUI. Dan akan membandingkan kedua produk tersebut terhadap keputusan masyarakat dalam membeli dan mengonsumsinya.

Menurut hasil wawancara awal peneliti dengan beberapa masyarakat Pasar Baru Panyabungan yang merupakan konsumen air mineral merek Aqua dan Madina bahwa setiap kali membeli produk air mineral tidak terlalu memperhatikan kemasan produk tersebut berlabel halal asli atau palsu, padahal label halal asli suatu produk menjadi salah satu bukti kehalalan dan keamanan suatu produk tersebut dikonsumsi. Rasa suka dan rasa yakin terhadap produk lokal menjadi suatu dorongan warga untuk melakukan pembelian produk tersebut. Harga yang terjangkau juga merupakan pertimbangan bagi masyarakat dalam membeli produk.⁸

⁸ Hasil wawancara dengan Masyarakat Pasar Baru Panyabungan, tgl 20 Nopember 2018, pukul 10.15 Wib sd selesai

Dengan demikian, beberapa konsumen ternyata masih ada yang tidak memperhatikan kemasan produk air mineral apakah berlabel halal asli atau palsu ketika akan membelinya. Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap para konsumen muslim seharusnya mampu lebih peduli dan memperhatikan lagi setiap akan membeli dan mengonsumsi suatu produk.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yossi Rossanty, M. Dharma Tuah Putra dan Prana Ugiana Gio menyatakan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kemasan di Kota Medan sebesar 22,6%.⁹ Produk kemasan yang berlabel halal akan dibeli oleh konsumen yang beragama Islam. Begitu juga penelitian Erna Restu Hidayah menyatakan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian air minum mineral sebesar 54,7%.¹⁰ Konsumen melakukan berbagai pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli air mineral, salah satunya adalah label halal pada kemasan produk. Akan tetapi hasil survei sementara bahwa masyarakat Mandailing Natal tidak terlalu memperhatikan penggunaan label halal pada produk.

Maka dari itu peneliti tertarik mengangkat judul penelitiannya yaitu,

“Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Produk Di Kabupaten Mandailing Natal”.

⁹ Yossie Rossanty, M. Dharma Putra dan Prana Ugiana, “Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Di Kota Medan”, *Jurnal Manajemen Tools*, Volume 6, No. 1, Juni 2016, hlm 80

¹⁰ Erna Restu Hidayah, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Depot Air Mineral Shofiro Bantarsoka, Purwokerto, Banyumas)”, (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2016), hlm. 62

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang judul diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya rasa suka dan rasa yakin terhadap suatu produk membuat konsumen melakukan pembelian.
2. Harga menjadi pertimbangan yang penting bagi konsumen dari pada memperhatikan label halal.
3. Keputusan pembelian konsumen muslim karena label halal terhadap produk masih kurang diperhatikan.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini tidak akan membahas semua masalah yang disebutkan diatas. Penelitian ini hanya membahas Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Produk berlabel halal asli dan tidak asli di Kabupaten Mandailing Kecamatan Panyabungan Kota Kelurahan Panyabungan II Lingkungan V, khusus pada produk air mineral merek Aqua dan Madina.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahan pemahaman dalam memahami judul penelitian terhadap istilah yang dipakai, maka peneliti mendefenisikan variabel sebagai berikut :

Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Labelisasi Halal	Perizinan pemasangan kata halal pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh POM. ¹¹	1. Proses Pembuatan 2. Bahan Baku Utama 3. Bahan Pembantu 4. Efek Produk	Ordinal
2	Keputusan Pembelian	Proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. ¹²	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pascapembelian ¹³	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah ada perbedaan keputusan pembelian produk di Kabupaten Madailing Natal.?

¹¹ Eri Agustian H dan Sujana, Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Volume. 1 No. Juni 2013, hlm. 171

¹² Nugroho J. Saetiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, edisi revisi (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 331

¹³ Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas (Jakarta: Indeks, 2017), hlm. 234-243

F. Tujuan Penelitian

Dari batasan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan keputusan pembelian produk berlabel halal asli dan tidak berlabel halal asli di Kabupaten Madailing Natal.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman, pastinya berguna di masa yang akan datang.

2. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan dan sebagai bahan untuk pengembangan penelitian berikutnya.

3. Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada para konsumen tentang bagaimana pentingnya mengonsumsi makanan halal lagi baik. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi para produsen dalam bidang pemasaran untuk menciptakan produk minuman yang halal.

4. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan atau sebagai salah satu sumber bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan atau menambah variabel-variabel lain untuk memperluas penelitian.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini dijabarkan sistematika pembahasan penelitian yang terdiri 5 bab. Hal ini dimaksudkan untuk penulisan laporan yang sistematis, jelas dan mudah dipahami adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

Bab II Landasan Teori, yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian, yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV Hasil penelitian, yang terdiri dari deskriptif data penelitian, hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Kerangka Teori

1. Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Konsumsi dalam ekonomi islam dapat didefinisikan dengan memakan makanan yang baik, halal, lagi bermanfaat bagi manusia, karena segala bentuk makanan dan minuman yang diciptakan Allah untuk manusia adalah suatu yang wajib dikonsumsi sesuai dengan konsep syariah sebagai wujud ketaatan kepadanya.¹⁴ Sebagaimana dalam firman Allah SWT. Dalam surah Al-Baqarah sebagai berikut:

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

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata Bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah:168).¹⁵

Haram adalah sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT. siapapun yang melanggar memakan atau meminum yang haram maka akan berhadapan dengan azab Allah SWT. Bahkan terancam syariat di dunia ini.¹⁶

¹⁴ Azhari Akmal Tarigan, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 280

¹⁵ Departemen Agama RI, *Op Cit.*, hlm. 20

¹⁶ Mohammad Nadratuzaman Hosen, *Op. Cit.*, hlm. 42

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu melampaui batas-batas makanan yang diharamkan.¹⁷

Mengonsumsi sesuatu yang mengandung *mudharat* atau *masalah* adalah suatu pekerjaan yang dilarang dalam syariat Islam, maka menghindari kemudharatan lebih baik dari pada mengerjakannya karena akan menimbulkan penyakit dalam tubuh manusia dan berefek negatif.

Pada dasarnya memilih minuman yang baik itu memilih yang bermanfaat besar bagi tubuh dan teliti, dan untuk melihatnya bisa diperhatikan dari komposisi dan proses pembuatan produk minumannya apakah sudah sesuai dengan syariat Islam atau tidak. Jadi, perilaku konsumsi seorang Muslim harus senantiasa mengacu pada tujuan syariat, yaitu memelihara *maslahat* dan menghindari *mudharat*.¹⁸

2. Labelisasi Halal

Label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan (kata-kata) tentang barang tersebut oleh produsennya.¹⁹

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang diproduksi dan merupakan bagian dari kemasan produk tersebut.

Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai

¹⁷ Ilfi Nur Dianal, *Hadis-hadis Ekonomi* (Malang: UIN Maliki Press (Anggota IKAPI). 2012), hlm. 51-52

¹⁸ Rozalinda, *Op. Cit.*, hlm.100

¹⁹ Dadang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus* (Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2014), hlm. 124

syariat Islam, yaitu tidak mengandung babi dan bahan berasal dari babi, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan dari organ tubuh manusia, darah, kotoran, racun, bahan-bahan yang memudharatkan, dsb.²⁰

Di dalam label harus menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat dan informasi lainnya.²¹

- a. Label halal asli adalah label halal yang disertifikasi oleh LPPOM MUI yang sudah lulus dalam tahap pengujian kehalalan.²²
- b. Label halal tidak asli adalah label halal yang dilengketkan pada suatu produk namun tidak disertifikasi oleh LPPOM MUI atau produk yang diberi label halal namun belum lulus pengujian kehalalan.

Halal adalah boleh, banyak sekali jenis air yang dibolehkan oleh syariat untuk dikonsumsi, tetapi banyak pula yang dilarang untuk diminum. Yang termasuk dalam kategori halal secara khusus disebut dalam Al Qur'an atau Hadis.²³ Jadi labelisasi halal adalah proses pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.

²⁰ Ichسانی Mutiara dan Syahputra, "Pengaruh Pengetahuan Prodyuk dan Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kecantikan Korea", *Jurnal Indonesia Membangun* Volume 17, No 2, Mei-Agustus 2018, hlm. 153

²¹ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis, edisi kedua, cetakan ketujuh* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 52

²² Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat dan Penyelenggaraan Haji, hlm.101

²³ *Ibi*, hlm. 131

Produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetik dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iridiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syariat Islam seta memberikan manfaat yang lebih daripada *mudarat* (efek negatif).²⁴

Label halal dapat dicantumkan adalah ketika produsen sudah melakukan sertifikasi halal atas produknya. Sertifikasi halal yang dikeluarkan LPPOM MUI harus sudah memenuhi syarat kehalalan produknya. Produk halal yang dimaksud adalah :²⁵

- a. Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dan bercampur dengan bahan- bahan yang mengandung babi.
- b. Minuman yang tidak memabukkan
- c. Minuman tidak mengandung racun atau bahan-bahan yang mudharat.
- d. Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol.
- e. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan dan transportasi tidak digunakan untuk bahan-bahan alkohol atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan cara yang diatur menurut islam.

Penjaminan halal yang dilakukan oleh LPPOM MUI di tinjau dari bahan baku dan proses produksinya. Sistemnya harus mampu

²⁴*Ibid.*, hlm. 14

²⁵Agus Sucipo, *Studi Kelayakan Bisnis* (Malang: UIN-MALIKA PRES (Anggota AKAPI) 2010, hlm. 39

menjamin bahwa produk yang dikonsumsi masyarakat adalah halal dan aman untuk kesehatan yang disertai lembaga penentu kehalalan suatu produk, adanya tanda/label produk yang halal secara resmi dan mudah dilihat dan memunculkan kepercayaan yang sangat besar oleh konsumen terhadap produk tersebut.

Label halal dalam suatu produk juga harus memenuhi persyaratan sertifikasi halal seperti :

- a. Administrasi formulir pendaftaran label halal.
- b. Daftar produk yang diajukan sertifikasi halal.
- c. Data perusahaan.
- d. Surat pernyataan bahan.
- e. Surat pernyataan sertifikasi halal.
- f. Surat pernyataan pengangkatan auditor halal internal.
- g. Formulir jaminan halal.
- h. Borang dari pengajuannya berupa daftar bahan baku dan daftar aplikasi bahan.

Setelah proses itu dilalui maka label halal dan jaminan produk akan dikeluarkan oleh LPPOM MUI dan resmi sebagai produk halal secara hukum. Produk tersebut tidak akan mendapatkan masalah kepercayaan lagi di pasaran karena sudah jelas lembaga Islam yang menjaminkannya dan halal menurut syariat. Kepercayaan konsumen menjadi dasar utama produsen dalam menjual produk-roduknya.

3. Produk Air Mineral

Produk ialah penawaran yang memuaskan terhadap kebutuhan dari suatu organisasi. Siapapun konsumen, mereka membeli kepuasan dari produsen, bukan hanya produk. Sehingga jika berbicara tentang kepuasan, maka konsumen dapat puas dengan barang juga dengan pelayanan. Akibatnya produk dapat dibagi kepada dua bagian yaitu barang dan jasa.²⁶

Produk yang dibahas dalam penelitian ini adalah produk berupa barang yaitu Air mineral merek Aqua dan Madina. Air mineral merek Aqua adalah minuman yang sangat terjaga kemurnian produknya sejak dari sumber air, hingga pengawasan kualitas produk dipasar. Metode pengolahan air mineral merek Aqua yang dikenal sebagai *hidro pro sistem*, berfungsi menjaga kemurnian setiap tetes aqua.

a. Produk Aqua

Produk air mineral merek Aqua telah mendominasi pasar air minum dalam kemasan, ha ini terbukti banyakya produk air minum dalam kemasan yang ada dipasaran baik yang ada di toko kontong, minimaret, maupun supermarket. Tinginya permintaan konsumen terhadap air minum dalam kemasan merupakan peluang pasar yang potensial bagi pelaku usaha.

²⁶ M. Samsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi* (Jakarta: PT. Grasindo, 2003), hlm. 152

Sehingga apabila mereka menginginkan untuk dapat memasuki pasar air minum dalam kemasan tersebut, maka perlu adanya informasi tentang karakteristik produk air minum dalam kemasan yang diinginkan konsumen dapat dilihat dari beberapa atribut yang menempel pada produk tersebut, seperti pada warna, ukuran, kemasan, label, rasa dan lain sebagainya. Produk air mineral merek Aqua sudah mendapatkan label halal oleh LPPOM MUI dan sudah pernah mendapatkan penghargaan Halal Award pada tahun 2016.

b. Produk Madina

Produk Air mineral merek Madina merupakan produk Air mineral Lokal di Kabupaten Mandailing Natal yang sudah beroperasi sejak tahun 2012 dan sudah memasuki pasar air mineral di beberapa pasar di Kabupaten Mandailing Natal terkhusus Pasar Baru Panyabungan. Air mineral ini memiliki label halal namun label yang dicantumkan belum memenuhi label LPPOM MUI atau disebut sebagai label halal tidak asli dari MUI.

4. Perilaku Konsumen

Istilah konsumen sering diartikan sebagai dua jenis konsumen, yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri. Konsumen organisasi meliputi organisasi bisnis, lembaga sosial, kantor pemerintah, dan lembaga lainnya (sekolah, perguruan tinggi, dan

rumah sakit). Semua jenis organisasi itu harus membeli produk peralatan dan jasa-jasa lainnya untuk menjalankan seluruh kegiatan organisasinya.

Konsumen individu dan konsumen organisasi adalah sama pentingnya. Mereka memberikan sumbangan yang sangat besar bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Konsumen akhir memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari, karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latarbelakang budaya, pendidikan dan keadaan sosial ekonomi lainnya.²⁷

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami '*Why do consumer do what they do*'. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saatn sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.²⁸ Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Yang mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam adalah faktor-faktor budaya.²⁹

a. Faktor Budaya

Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling mendasar. Anak-anak yang sedang bertumbuh

²⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen:Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*, edisi kedua (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 20

²⁸ *Ibid*, hlm. 6

²⁹ Philip Koler dan Kevin Lane Keller, *Op. Cit.*, hlm. 214

mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku keluarga dan lembaga-lembaga penting lain.³⁰

Budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Perilaku manusia akan sangat dipengaruhi oleh kebudayaan dimana ia bertempat tinggal dan pengaruh tersebut akan terus ada dan terus berubah mengikuti perkembangan zaman.

b. Faktor Sosial

Faktor-faktor sosial yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen diantaranya: kelompok acuan, keluarga, peran dan status dalam masyarakat.

1) Kelompok Acuan

Kelompok acuan adalah sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk pertimbangan atau sebuah referensi dalam membentuk respon efektif, kognitif dan perilaku. Kelompok acuan memberikan standar dan nilai yang mempengaruhi perilaku seseorang.³¹

Kelompok acuan seseorang terdiri atas semua kelompok di sekitar yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku pendirian dan konsep pribadi

³⁰ *Ibid.*

³¹ Ujang Sumarwan, *Op. Cit.*, hlm. 305

seseorang karena individu biasanya berhasrat untuk berperilaku sama dengan kelompok acuan tersebut.

2) Keluarga

Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang penting dekat dengan konsumen. Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya. Keluarga menjadi daya tarik bagi para pemasar, karena keluarga memiliki pengaruh besar kepada konsumen. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa.

3) Peran dan Status dalam Masyarakat

Peranan adalah kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekelilingnya. Sedangkan status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai aturan syariat, yaitu mengosumsi makanan yang halal, walaupun tidak semua konsumen Muslim patuh dengan ajaran syariat tersebut, karena setiap kosnsumen memiliki pola kosumsi yang berbeda-beda.

Tetapi konsumen Muslim yang taat pada ajaran Islam akan memiliki gaya hidup atau pola konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam termasuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik.

5. Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut pemahaman yang paling umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian, pemilihan antara merek X dan merek Y, atau pilihan untuk menggunakan waktu mengerjakan A atau B, orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu atau mengambil tindakan tertentu (misalnya, menggunakan obat resep dokter), maka keadaan satu-satunya “tanpa pilihan lain” ini bukan suatu keputusan. Keputusan atas keadilan tanpa pilihan biasanya disebut “pilihan Hobson”.³²

Niat membeli mengindikasikan bahwa konsumen akan memilih pengalaman mereka, preferensi dan lingkungan eksternal dalam memperoleh informasi, mengavaluasi alternatif-alternatif dan membuat keputusan pembelian.³³ Inti dari pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih

³² Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Op. Cit.*, hlm. 485

³³ Tengku Putri Lindung Bulan, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”, *Jurnal Manajemen Keuangan*, Volume 5, No 1, Mei tahun 2016, hlm. 432

perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan (*choice*) yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.³⁴ Konsumen sering kali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembelian.

Proses pengambilan keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller dibagi dalam 5 (lima) tahapan, yaitu.³⁵

- a. Pengenalan masalah; proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Mereka kemudian menyusun strategi pemasaran yang mampu memicu minat konsumen.
- b. Pencarian informasi; konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi konsumen digolongkan ke dalam empat kelompok berikut ini:
 - 1) Sumber pribadi: Keluarga, teman, tetangga, kenalan.
 - 2) Sumber Komersial: Iklan, Wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko.

³⁴ Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit.*, hlm. 331-332

³⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op. Cit.*, hlm. 234-243

- 3) Sumber publik: Massa media, organisasi penentu peringkat konsumen.
 - 4) Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk.
- c. Evaluasi Alternatif. Pada tahap ini, konsumen mengelola informasi merek yang bersaing dan membuat penilaian akhir. Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.
- d. Keputusan Pembelian. Dalam tahap ini, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan. Kemudian konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli mereka yang paling disukai.
- e. Perilaku Pasca Pembelian. Setelah pembelian konsumen mungkin mengalami ketidaksesuaian karena memerhatikan fitur-fitur tertentu yang mengganggu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merk lain, dan akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya.

6. Hubungan Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian Produk

Pola konsumsi masyarakat muslim diatur oleh syariat Islam, Islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan negara.³⁶

Seorang muslim tidak diperkenankan untuk mengonsumsi produk-produk yang tidak sesuai dengan syariat islam. Dalam mengonsumsi produk, konsumen muslim diatur dalam Al-Quran dan Al-Hadist yang menjadi pedoman umat islam. Dengan demikian konsumen muslim membutuhkan produk-produk pangan yang sudah terjamin kehalalannya yang akan membuat para konsumen merasa aman ketika mengonsumsinya.

Pencantuman label halal pada kemasan produk air minum dalam kemasan dilakukan untuk memberikan informasi dan perlindungan pada konsumen muslim, dikarenakan adanya beberapa produsen yang menggunakan bahan-bahan produk pangan yang tidak halal namun tetap dipasarkan, yang dapat merugikan konsumen yang tidak mengetahuinya.

³⁶ Rozalinda, *Op. Cit.*, hlm. 108

Pencantuman label halal akan membuat pembeli semakin yakin bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi, jika suatu produk tidak berlabel halal maka kepercayaan pembeli akan semakin menurun untuk membeli atau mengkonsumsinya. Pembeli yang bijak akan membandingkan antara produk yang berlabel halal atau tidak berlabel halal atau label halal palsu sebagai minuman sehari-hari. Label halal dapat diperoleh oleh para produsen dari lembaga yang berwenang yaitu LPPOM MUI dengan terlebih dahulu mengajukan sertifikasi halal terhadap produknya.

Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk air mineral maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya konsumen muslim untuk menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan serta minat konsumen. Dengan adanya label halal pada kemasan produk menjadi salah satu pemicu konsumen dalam membuat suatu keputusan untuk membeli produk tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk memperkuat penelitian ini, peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan perbandingan terhadap keputusan pembelian konsumen. Tabel 2.2 menunjukkan bahwa bukan satu-satunya peneliti yang pernah ada

membahas masalah tersebut. Adapun penelitian terdahulu dan hasil-hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil Penelitian
1	Shilacul Alfinstul Alim, M Kholid Mawardi, Aniesa Samira Bafadhal (Jurnal Universitas Brawijaya Malang Tahun 2018)	Pengaruh persepsi Label Halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan produk Zoya Muslim di Kota Malang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi label halal dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Yusuf Ardiansyah, Rois Arifin, Afi Rachmad S (Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi Unisma, 2017)	Pengaruh label halal, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Racek (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Malang)	Hasil penelitian bahwa Label halal, citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3	Yossy Rossanty, M. Dharma Tuah Putra, Prana Ugiana Gio (Jurnal Manajemen Tools, Universitas Panca Budi dan USU tahun 2016)	Pengaruh atribut produk dan label halal sebagai variabel moderating terhadap keputusan pembelian produk kemasan di Kota Medan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian

4	Andi Rahmadan Harahap (Skripsi IAIN Padangsidimpuan, Tahun 2016)	Analisis Perbandingan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen di Swalayan Aman dan Pasar Sagumpal Bonang Padangsidimpuan	Hasil penelitian bahwa keputusan konsumen di pasar sagumpal bonang berbeda terhadap ketiga variabel bebas yaitu Harga, Lokasi dan Produk. Adapun pengaruhnya sebesar 2,74, dan variabel produk berpengaruh kecil terhadap keputusan pembelian sebesar 1,04.
5	Erna Restu Hidayah (Skripsi IAIN Porwekorto tahun 2016)	Pengaruh lebelisasi halal terhadap keputusan pembelian (Studi pada Depot Air Mineral Shofiro Bantarsoka, Purwokerto Banyumas)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, adapun perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah:

1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Yusuf Ardiansyah, Rois Arifin, Afi Rachmad S adalah fokus pada pengaruh label halal, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Racek. Sedangkan penelitian ini hanya terfokus

pada komparasi penggunaan label halal dan tidak penggunaan label halal terhadap keputusan pembelian produk Air Mineral di Kabupaten Mandailing Natal Kecamatan Panyabungan Kota. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.

2. Perbedaan penelitian Andi Rahmadan Harahap dengan penelitian ini adalah terletak pada jenis dan tempat penelitian. Penelitian Andi Rahmadan Harahap meneliti tentang analisis perbandingan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di swalayan Aman dan Pasar Sagumpal Bonang Padansidimpuan, Sedangkan penelitian ini hanya terfokus pada komparasi penggunaan label halal dan tidak penggunaan label halal terhadap keputusan pembelian produk Air Mineral di Kabupaten Mandailing Natal Kecamatan Panyabungan Kota.. Persamaanya adalah sama-sama meneliti tentang perbandingan atau komparasi terhadap keputusan pembelian.
3. Perbdedaan peneliatian Yossy Rossantu, M. Dharma Tuah Putra Naution Prana adalah penelitian mereka itu pengaruh atribut produk dan label halal sebagai variabel moderating terhadap keputusan pembelian produk kemasan di Kota Medan. Sedangkan penelitian ini menganalisis perbandingan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk di kabupaten Mandailing Natal.

Persamaanya adalah sama-sama membuat penelitian tentang labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.

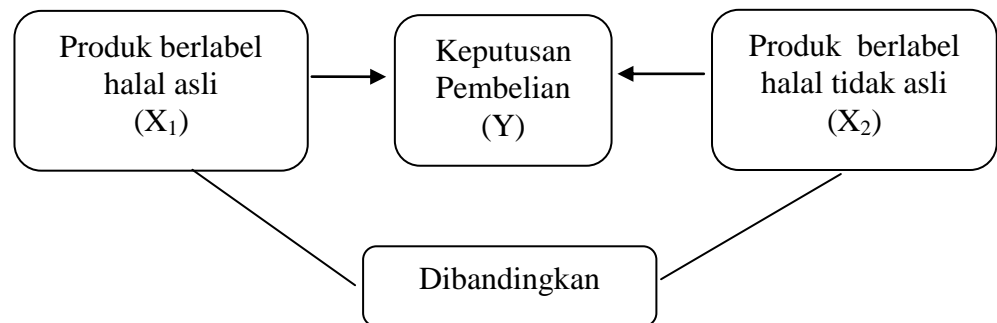
4. Perbedaan penelitian Erna Restu Hidayah ini adalah letak penelitian dan jenisnya. Erna Restu Hidayah meneliti Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian Studi pada Depot Air Mineral Shofiro Bantarsoka, sedangkan penelitian ini menganalisis perbandingan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk di Kabupaten Mandailing Natal. Persamaanya adalah sama-sama meneliti tentang label halal terhadap keputusan pembelian produk.
5. Perbedaan penelitian Shilachul Alfinul Alim, M Kholid Mawardi, Aniesa Samira Bafadhal dengan penelitian ini adalah terletak pada jenis penelitian dan lokasinya. Penelitian mereka tentang pengaruh persepsi label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Feysen Muslim dikota Malang, sedangkan penelitian ini analisis perbandingan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk di kabupaten Mandailing Natal. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang label halal terhadap keputusan pembelian.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Dalam kerangka pikir inilah didudukkan masalah penelitian yang telah didefenisikan dalam kerangka teoritis yang relevan

yang mampu menjelaskan perspektif terhadap masalah penelitian. Penelitian ini yang menjadi variabel X adalah label halal asli adalah X_1 , label halal palsu adalah X_2 sedangkan yang menjadi variabel Y adalah keputusan pembelian. Untuk memudahkan pemahaman mengenai keseluruhan rangkaian penelitian, maka disusunlah kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 3.2
Kerangka Pikir



Berdasarkan kerangka pikir di atas dapat dipahami bahwa variabel label halal asli dan label halal tidak asli dibandingkan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis

terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³⁷
Hipotesis komparatif merupakan pernyataan yang menunjukkan dugaan nilai dalam suatu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda.³⁸

Sehubungan dengan pengamatan dan penelitian peneliti diatas maka peneliti mengemukakan dugaan Terdapat perbedaan keputusan pembelian produk berlabel halal asli dan tidak asli di Kabupaten Mandailing Natal.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 93

³⁸ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2003), hlm. 184

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian ini peneliti memilih lokasi di Lingkungan V Kelurahan Panyabungan II Kecamatan Panyabungan Kota Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari Bulan Nopember sampai Bulan Maret 2019.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.³⁸

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁹ Populasi dari penelitian ini adalah Masyarakat Kabupaten Mandailing Natal Kecamatan Panyabungan Kota Kelurahan Panyabungan II Lingkungan V yang jumlah kepala keluarganya adalah 710 KK.

³⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 38

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.148

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Desain sampel yang digunakan adalah sampel acak sederhana yaitu teknik pengambilan sampel yang anggota populasinya mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel.⁴⁰

Kemudian pengambilan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* yaitu:

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

Dimana: n = jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah Elemen/anggota populasi

E = *Error Level* (tingkat kesalahan) yang diinginkan (persen kelonggaran ketelitian karena kesalahan penarikan sampel;

10% = 0,1

$$\text{Jumlah sampel adalah: } n = \frac{710}{1+710 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{710}{1+7,10}$$

$$n = \frac{710}{8,10}$$

$$n = 87,65$$

Karena nilai $n = 87,65$, maka tidak mungkin untuk mengambil sampel sebanyak 87,65 sehingga harus dikenakan

⁴⁰ Nur Asnawi dan Mansyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 122

menjadi 88 sampel. Oleh karena itu, jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 88 sampel. Kerana penelitian ini merupakan perbandingan maka dibagi menjadi 2 bagian yaitu 44 pembeli air mineral berlabel halal asli dan 44 pembeli tidak berlabel halal atau berlabel halal tidak asli. Berikut tabel pembeli produk air mineral berlabel halal asli dan tidak asli:

Tabel 3.3
Pembeli Produk Air Mineral Berlabel Halal Asli dan Tidak Asli

No	Air Mineral	Jumlah Responden
1	Berlabel halal asli	44 Responden
2	Berlabel halal tidak asli	44 Responden
	Jumlah	88 Responden

D. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data yang diperoleh peneliti adalah data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang melakukannya. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru.⁴¹ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber aslinya adalah semua Masyarakat Kabupaten Mandailing Natal Kecamatan Panyabungan Kota.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar

⁴¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Kencana. 2006) hlm.

kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.⁴² Adapun teknik yang dipergunakan dalam pengumpulan data primer ini adalah :

1. Interview (wawancara)

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang di wawancarai tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.⁴³

Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi di bidang pengetahuan; pemberian atau pengumpulan bukti dari keterangan seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain.

3. Angket

Angket merupakan daftar pernyataan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang lain yang diberi tersebut bersedia

⁴² Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta. 2013), hlm. 102-101

⁴³ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada. 2013), hlm. 51

memberikan responden sesuai dengan permintaan pengguna.⁴⁴ Metode yang digunakan dalam penelitian ini digunakan dalam penelitian ini dengan penyebaran angket kepada Masyarakat Kabupaten Mandailing Natal Kecamatan Panyabungan Kota angket dengan yang menggunakan skala *likert*.

Skala likerts digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.⁴⁵ Kemudian jawaban tersebut diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif.

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, hlm.168

⁴⁵ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm.133

Tabel 4.3
Kisi-kisi Angket

No	Variabel	Indikator	No. Soal
1	Label halal asli (X1)	Proses pembuatan	1,3
		Bahan baku utama	5
		Bahan pembantu	7
		Efek produk	9
	Jumlah		5
2	Label halal tidak asli (X2)	Proses pembuatan	2,4
		Bahan baku utama	6
		Bahan pembantu	8
		Efek produk	10
	Jumlah		5
3	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	1,2,3,4
		Pencarian Informasi	5,6,7
		Evaluasi Alternatif	8,9,10
		Keputusan Pembelian	11,12,13,14, 15
		Perilaku Pascapembelian	16,17,18
	Jumlah		18

F. Teknik Analisis Data

Pengukuran data dilakukan mulai pada tanggal 04 sampai 06 Januari 2020 menggunakan software SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23 untuk memperoleh hasil yang terarah dengan kriteria sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.⁴⁶ Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Penghitungan menggunakan rumus koefisien korelasi *product moment* dari Karl Pearson, yaitu : dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan. Biasanya uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,1. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,1) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ uji dua sisi dengan sig 0,1) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Realibilitas

Realibilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk diketahui bahwa perhitungan atau uji realibilitas harus pada pertanyaan

⁴⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen, Op. Cit.*, hlm.172

yang memiliki atau memenuhi validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat maka tidak perlu diteruskan untuk uji realibilitas.⁴⁷

Pengukuran realibilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *cronbach alpha*. Suatu kontruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* >0.6.

- a. Jika nilai *cronbach alpha* >0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- b. Jika nilai *cronbach alpha* < 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliabel.

3. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi.⁴⁸

Analisis deskriptif merupakan metode statistik yang berusaha menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data seperti nilai maksimum dan minimum, rata-rata dan seberapa jauh data-data tersebut bervariasi dan lain sebagainya.⁴⁹

Analisis deskriptif yang paling umum dipakai adalah nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi. Rata-rata menunjukkan nilai rata-rata kinerja kelompok pada ukuran beberapa variabel. Standar deviasi menunjukkan sebaran sejumlah skor. Standar deviasi juga

⁴⁷ Juliansyah Noor, *Op. Cit.*, hlm, 130-131

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen, Op. Cit.*, hlm.206

⁴⁹ *Ibid*, hlm. 200.

menunjukkan apakah skor saling berdekatan satu sama lain dan berkelompok di sekitar mean, atau jauh menyebar.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak.⁵⁰ Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov*. Jika nilai signifikan dari hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* $< 0,1$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya berdistribusi tidak normal dengan perhitungan bantuan program SPSS versi 23.⁵¹

5. Uji Hipotesis

Uji yang digunakan adalah Uji Beda Dua Sampel Tidak Berhubungan (*Independent Samples T Test*) digunakan untuk menguji dua rata-rata dari dua kelompok data yang independen.⁵² Uji ini untuk menganalisis perbandingan keputusan pembelian produk merek Aqua dan Madina di Kabupaten Mandailing Natal dengan tingkat signifikansi 0,1.

Sebelum dilakukan uji beda dua rata-rata maka dilakukan Uji F (uji homogenitas), artinya jika varian sama maka uji t menggunakan

⁵⁰ Juliansyah Noor, *Op. Cit.*, hlm. 174

⁵¹ Nur Aswani dan Mansyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), Hlm 178-179

⁵² Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta : ANDI, 2014), hlm. 169.

nilai *Equal Variance Assumed* (diasumsikan varian sama) dan jika varian berbeda menggunakan nilai *Equal Variance not Assumed* (diasumsikan varian tidak sama). Jika nilai signifikansi dari uji F > 0.01 maka kelompok data memiliki varian yang sama, sebaliknya Jika nilai signifikansi dari uji F < 0.1 maka kelompok data tidak memiliki varian yang sama.⁵³

⁵³ *Ibid*, hlm. 173-174.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Kabupaten Mandailing Natal

Kabupaten Mandailing Natal adalah salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Sumatera Utara. Kabupaten Mandailing Natal terletak pada 0°10'-1°50' Lintang Utara dan 98°10'-100°10' Bujur Timur dengan rentang ketinggian 0-2.145 m di atas permukaan laut. Luas wilayah Kabupaten Mandailing Natal ± 6.620,70 km² atau 9,23 persen dari wilayah Sumatera Utara

Kabupaten Mandailing Natal terdiri dari 23 kecamatan, 27 kelurahan dan 380 desa dengan jumlah penduduk 480.911 jiwa, yang luas wilayahnya 6.620,70. Adapun batas-batas wilayah kabupaten Mandailing adalah sebelah utara Kabupaten Tapanuli selatan, sebelah selatan Kabupaten Pasaman, sebelah Barat Samudera Indonesia dan sebelah timur Kabupaten Pasaman Barat.

Kabupaten Mandailing Natal memiliki produk lokal Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Madina yang diproduksi oleh CV Madina Murni. Produk ini sudah banyak dipasar lokal maupun interlokal ke beberapa pasar di luar provinsi. Produk ini mampu bersaing dengan produk Nasional yang sudah sangat lama diperjual belikan. Dan produk ini lah yang akan menjadi penelitian

peneliti. Adapun kecamatan yang ada di Kabupaten Mandailing Natal dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 5.4
Kecamatan Di Kabupaten Mandailing Natal

Kecamatan District	Banyaknya Administrasi		Jumlah Total
	Desa	Kelurahan	
1. Batahan	17	1	18
2. Sinunukan	14	0	14
3. Batang Natal	30	1	31
4. Lingga Bayu	17	2	19
5. Ranto Baik	18	0	18
6. Kota Nopan	34	2	36
7. Ulu Pungkut	12	1	13
8. Tambangan	19	1	20
9. Lembah Sorik Marapi	8	1	9
10. Puncak Sorik Marapi	11	0	11
11. Muara Sipongi	15	1	16
12. Pakantan	8	0	8
13. Panyabungan	30	9	39
14. Panyabungan Selatan	10	1	11
15. Panyabungan Barat	9	1	10
16. Panyabungan Utara	11	1	12
17. Panyabungan Timur	14	1	15
18. Huta Bargot	14	0	14
19. N a t a l	28	2	30
20. Muara Batang Gadis	17	0	17
21. S i a b u	26	2	28
22. Bukit Malintang	11	0	11
23. Naga Juang	7	0	7
Mandailing Natal	380	27	407

Sumber : BPS Kab. Mandailing Natal

Adapun kecamatan yang ada di kabupaten Mandaling Natal berjumlah 23 Kecamatan. Penelitian ini terfokus pada 1 kecamatan dari yaitu kecamatan Panyabungan Kota, kelurahan Panyabungan II, Lingkungan V, Gang Istiqomah.

Lingkungan V Gang Istiqomah sebagai tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Tempat ini berada di Kelurahan Panyabungan II yang berbatas Timur Bandar Segat, Barat Jl. W. Iskandar, Utara Si Polu-polu dan Selatan Pasar Jon-jong.

2. Deskriptif PT. Aqua Golden Mississippi

PT. Aqua Golden Mississippi adalah PT yang memproduksi Air minum dalam kemasan (AMDK) merek Aqua di Indonesia sejak tahun 1973. Saat ini ada 14 pabrik yang memproduksi Aqua dengan kepemilikan yang berbeda-beda yaitu 3 dimiliki oleh PT Tirta Investama, 10 dimiliki oleh PT Aqua Golden Mississippi dan 1 oleh PT Tirta Sibayakindo di Brastagi Sumatera Utara.⁵⁴

Sejak tahun 1998, aqua sudah dimiliki oleh perusahaan multinasional dalam bidang makanan dan minuman asal Prancis, Grup Danone, hasil dari PT Aqua Golden Mississippi dengan Danone.

Aqua didirikan oleh Tirta Utomo warga asli Wonosobo yang setelah keluar dari Pertamina, dan bekerja di Petronas mendirikan usaha Air Minum dalam Kemasan (AMDK). Tirta berjasa atas perkembangan bisnis sebagai pionir maka beliau menanamkan nilai-nilai dan cara pandang bisnis AMDK di Indonesia. Adapun Kemasan Aqua dapat dilihat ada gambar dibawah ini :

⁵⁴<http://id.m.wikipedia.org> diakses pada 26 juni 2019 pukul 20.54 WIB

Gambar 4.4
Kemasan Air Minum Aqua



- a. Gelas plastik : 240ml
- b. PET : 330ml
- c. PET : 600ml
- d. PET : 1500ml
- e. Galon 19 liter
- f. Glass Bottle : 380ml

3. Deskriptif CV Madina Murni

CV Madina Murni berada di Kabupaten Mandailing Natal tepatnya di Jl. Lintas Timur, Sigalapang Julu, Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. CV tersebut di pimpin oleh Awaluddin Nasution. Air minum produksi CV Madina Murni itu bersumber dari mata air di kota Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

Sumber air bersih ini sudah ditemukan sejak tahun 2000 lalu yang ditemukan oleh H Imran Rangkuti dan sudah banyak sekali perusahaan ingin mengelolanya, namun beliau berpendapat air bersih

itu sebaiknya dikelola oleh orang lokal bukan perusahaan yang berasal dari luar daerah.

Untuk bisa bersaing dengan produk nasional Madina Murni ini sudah dikelola dengan peralatan canggih yang didatangkan dari Shanghai Republik Cina. Selain itu, mereka juga telah merekrut tenaga kerja baru dan saat ini masa training sebanyak 35 selain dari karyawan dan distributor.

Awalnya produk air minum Madina Murni hanya berbentuk galon saja dengan jangkauan pasar untuk lokal. Namun melihat peluang masih terbuka lebar dan diperkirakan siap bersaing dengan produk minum merek nasional maka ditambahi dengan kemasan botol dan ukuran gelas. Untuk kemasan air minum merek Madina dapat dilihat gambar dibawah ini:

Gambar 5.4
Kemasan Air Minum Madina



- a. Gelas plastik : 240ml,
- b. PET : 600ml
- c. Galon 19 liter

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kesahihan sejauh mana suatu ukuran yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang diukur. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid atau sah, maka perlu di uji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap soal pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Untuk soal-soal pertanyaan yang tidak valid harus di buang atau tidak di pakai sebagai instrumen pertanyaan.

Suatu data dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid. Nilai r_{hitung} dapat menggunakan SPSS, sedangkan nilai r_{tabel} diperoleh dengan memperhatikan dengan tabel r dengan tingkat signifikan 0,01 atau 1% dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel yang dalam penelitian $n = 88$ sehingga $df = 88-2 = 86$. Maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 1.988$.

a. Uji validitas Angket Labelisasi Halal

Berikut ini tabel hasil validitas data yang diolah peneliti menggunakan SPSS versi 23 :

Tabel 6.4
Uji Validitas Label Halal Asli

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,614	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 86$ pada taraf signifikan 0,1 sehingga diperoleh nilai r_{tabel} 0,1765	Valid
2	0,543		Valid
3	0,698		Valid
4	0,668		Valid
5	0,604		Valid

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa soal pertanyaan variabel labelisasi halal sebanyak 5. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh soal pertanyaan variabel label halal asli dinyatakan valid.

Tabel 7.4
Uji Validitas Label Halal Tidak Asli

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,646	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 86$ pada taraf signifikan 0,1 sehingga diperoleh nilai r_{tabel} 0,1765	Valid
2	0,589		Valid
3	0,723		Valid
4	0,615		Valid
5	0,613		Valid

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa soal pertanyaan variabel labelisasi halal sebanyak 5. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh soal pertanyaan variabel label halal tidak asli dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Angket Keputusan Pembelian

Berikut ini tabel hasil validitas data yang diolah peneliti menggunakan SPSS versi 23 :

Tabel 8.4
Uji Validitas Keputusan Pembelian

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,306	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 86$ pada taraf signifikan 0,1 sehingga diperoleh nilai r_{tabel} 0,1765	Valid
2	0,199		Valid
3	0,548		Valid
4	0,580		Valid
5	0,563		Valid
6	0,570		Valid
7	0,151		Tidak Valid
8	0,639		Valid
9	0,661		Valid
10	0,649		Valid
11	0,373		Valid
12	0,618		Valid
13	0,522		Valid
14	0,324		Valid
15	0,376		Valid
16	0,250		Valid
17	0,226		Valid
18	0,147		Tidak Valid

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa soal pertanyaan variabel keputusan pembelian sebanyak 18. Maka dapat disimpulkan bahwa 16 soal pertanyaan dinyatakan valid dan 2 soal pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut konsisten jika dilakukan pengujian dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji realibilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan yang tidak memenuhi maka tidak

perlu diteruskan untuk uji realibilitas. Dengan menggunakan formula *cronbach alpha*. Jika nilai *cronbach alpha* $>0,6$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. Dan jikan Jika nilai *cronbach alpha* $< 0,6$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliabel.

a. Uji Reliabilitas Labelisasi Halal

Berikut ini tabel hasil realibilitas data yang diolah peneliti mengguankan SPSS versi 23 :

Tabel 9.4
Uji Reliabilitas Label Halal Asli

Cronbach's Alpha	N of Items
,603	5

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Berdasarkan tabel diatas, reliabilitas labelisasi halal dapat disimpulkan nilai *cronbch alpha* $0,603 > 0,6$ yang berarti dinyatakan reliabel dengan baik.

Tabel 10.4
Uji Reliabilitas Label Halal Tidak Asli

Cronbach's Alpha	N of Items
,615	5

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Berdasarkan tabel diatas, reliabilitas labelisasi halal dapat disimpulkan nilai *cronbch alpha* $0,615 > 0,6$ yang berarti dinyatakan reliabel dengan baik.

b. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Berikut ini tabel hasil realibilitas data yang diolah peneliti menggunakan SPSS versi 23 :

Tabel 11.4
Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,791	16

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Berdasarkan tabel diatas, realibilitas keputusan pembelian dapat disimpulkan nilai *cronbch alpha* 0,791 > 0,6 yang berarti dinyatakan reliabel dengan baik.

3. Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti min, max, sum, mean, standar deviation dan variance untuk mengukur distribusi data dengan skewness dan kurtosis. Berikut ini hasil uji deskriptif labelisasi halal dan keputusan pembelian yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 23:

Tabel 12.4
Uji Deskriptif

Descriptive Statistics							
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Label_Halal_Asli	88	15	25	1964	22,32	1,897	3,599
Label_Halal_Tidak_Asli	88	14	25	1832	20,82	1,866	3,484
Keputusan_Pembelian	88	54	78	6016	68,36	5,327	28,372
Valid N (listwise)	88						

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Dari output di atas dapat dilihat bahwa untuk variabel Label halal asli jumlah (N) sebesar 88, *minimum* sebesar 15, *maximum* sebesar 25, *sum* sebesar 1964, *mean* sebesar 22,32, *standard deviation* sebesar 1,897, dan *variance* sebesar 3,599. Label halal tidak asli jumlah (N) sebesar 88, *minimum* sebesar 14, *maximum* sebesar 25, *sum* sebesar 1832, *mean* sebesar 20,82, *standard deviation* sebesar 1,866, dan *variance* sebesar 3,484. Sedangkan variabel keputusan pembelian jumlah (N) sebesar 88, *minimum* sebesar 54, *maximum* sebesar 78, *sum* sebesar 6016, *mean* sebesar 68,36, *standard deviation* sebesar 5,327, dan *variance* sebesar 28,272.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov*. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka dapat disimpulkan berdistribusi normal.

Tabel 13.4
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Label_Halal_ Asli	Label_Halal_ Tidak_Asli	Keputusan_ Pembelian
N		88	88	88
Normal	Mean	22,32	20,82	68,36
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1,897	1,866	5,327
Most Extreme	Absolute	,209	,157	,155
Differences	Positive	,144	,116	,084
	Negative	-,209	-,157	-,155
Test Statistic		,209	,157	,155
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas dapat dilihat bahwa pada keputusan pembelian nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian ($0,000 < 0,1$) berdistribusi normal. Label halal asli nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,000, nilai maka dapat disimpulkan bahwa label halal asli ($0,000 < 0,1$) berdistribusi normal. Sedangkan label halal tidak asli nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal ($0,000 < 0,1$) berdistribusi normal.

5. Uji Homogenitas

Uji Homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Sebelum dilakukan uji beda dua rata-rata maka dilakukan uji F (uji homogenitas), artinya jika varian sama maka uji satu menggunakan *equal variance assumed* (diasumsikan varian sama) dan jika varian berbeda menggunakan nilai

equal variance nor assummet (diasumsikan varian tidak sama). Jika nilai signifikan dari uji $F > 0.1$ maka kelompok data memiliki varian yang sama, sebaliknya jika signifikan dari uji $F < 0.1$ maka kelompok data tidak memiliki varian yang sama.

Tabel 14.4
Uji Homogenitas
Test of Homogeneity of Variances

Produk			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,005	1	174	,944

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Hasil pengolahan data di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,944 > 0,1$ artinya kelompok data memiliki varian yang sama.

6. Uji Independent Sampel t Test

Independent Sampel T Tes atau uji dua rata-rata digunakan untuk menguji dua rata-rata dari dua kelompok data yang independent. Berikut ini tabel hasil uji Independent Sample T Tes yang di olah peneliti menggunakan SPSS versi 23 :

Tabel 15.4
Independent Sampel T Test Labelisasi Halal

Group Statistics					
	Labelisasi Halal	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Produk	Label Halal Asli	88	22,32	1,897	,202
	Label Halal Tidak Asli	88	20,82	1,866	,199

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Hasil output *Gruop Statistics* dapat dihitung *Mean*, *Standard Deviation* dan *Standard Error Mean* dari variabel penelitian. Adapun

nilai *mean* untuk label halal asli adalah 22,32 sedangkan label halal tidak asli adalah 20,82. *Standard Deviation* nilai Label halal asli 1,897 sedangkan label halal tidak asli adalah 1,866. *Standard Error Mean* untuk label halal asli adalah 0,202, sedangkan label halal tidak asli adalah 0,199. Dapat disimpulkan bahwa nilai *Mean* labelisasi halal asli lebih banyak diminati dari pada label halal tidak asli.

Table 16.4

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Produk	Equal variances assumed	,005	,944	5,287	174	,000	1,500	,284	,940	2,060
	Equal variances not assumed			5,287	173,954	,000	1,500	,284	,940	2,060

Sumber : Hasil *output* SPSS 23 (Data Diolah 2020)

Hasil *output independent sampe tes* di atas dapat dilihat dari nilai signifikan uji F sebesar $0.944 > 0.1$ maka dapat disimpulkan bahwa kelompok data label halal asli dan label halal tidak asli memiliki varian yang sama. Jadi uji t (*independent sample t test*) menggunakan nilai *Equal Variance Assumed*.

Menentukan t tabel: Derajat kebebasan (df) sebesar 86. Sehingga dengan hasil uji 2 sisi ($0.1 : 2 = 0.05$) diperoleh t tabel sebesar 2.634 Dasar pengambilan keputusan untuk uji t yaitu : jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ signifikan > 0.1 maka tidak terdapat perbedaan. Sebaliknya jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan signifikan < 0.1 maka terdapat perbedaan yang signifikan.

Hasil perhitungan uji t diperoleh dari variabel Labelisasi halal, t nilai hitung $< t \text{ tabel}$ ($5,287 > 2.634$) dengan nilai signifikan (sig 2-tailed) $0.00 < 0,1$ maka terdapat perbedaan yang signifikan keputusan pembelian produk terhadap variabel label halal asli dan label halal tidak asli di Kabupaten Mandailing natal.

Label halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang di haramkan dalam syariah islam sehingga produk tersebut aman untuk dikonsumsi. Label halal dikeluarkan oleh lembaga resmi MUI yakni LPPOM MUI dengan proses dan penelitian yang sangat teliti karena berhubungan hukum islam.

Produk-produk yang mendapat pertimbangan ulama dalam proses pemilihannya berdasarkan *syariat* adalah produk makanan dan minuman. Dengan adanya label halal yang dikeluarkan oleh

LPPOM akan menjadi parameter utama bagi umat muslim dalam membeli produk. Sebaliknya ketiadaan label halal dalam produk akan membuat konsumen muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengonsumsi atau tidak produk tersebut⁵⁵. Maka label halal akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk oleh konsumen.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yossie Rosanty dan Dharma Tuah Putra Nasution bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh label halal. Penelitian Erna Restu Hidayah menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putra Lindung Bulan menyatakan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Aceh Tamiang. Penelitian Shilachul Alfinul Alim, M Khalid Mawardi, Aniesa Bafadhal mengatakan bahwa Persepsi label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Analisis Komparatif Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian di Kabupaten Mandailing Natal. Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang dikombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu

⁵⁵ *Ibid*, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, hlm. 169

diantaranya.⁵⁶ Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor keluarga dan faktor peran dan status dalam masyarakat. Dalam pengambilan keputusan pembelian ada 5 tahapan, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi (produk), evaluasi alternatif (merek, label, dll), keputusan pembelian, dan pasca pembelian.

Berdasarkan hasil analisa data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS Versi 23 diketahui bahwa, hasil penelitian yang berjudul “ Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Produk Di Kabupaten Mandailing Natal” dengan jumlah responden 88 orang, untuk responden label halal asli 44 orang dan label halal tidak asli 44 orang.

Angket Label halal asli memiliki 5 pertanyaan. Berdasarkan uji validitas semua pernyataan dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas nilai *cronbach alpha* $0,603 > 0,6$ yang berarti dinyatakan reliabel dengan baik. Dan uji deskriptif data (N) sebesar 88, nilai minimum sebesar 15, maximum sebesar 25, mean 22,32, standar deviasi sebesar 1,897, dan varian sebesar 3,599.

Angket Label halal tidak asli memiliki 5 pertanyaan. Berdasarkan uji validitas 5 pertanyaan dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas nilai *cronbach alpha* $0,615 > 0,06$ yang berarti dinyatakan reliabel dengan baik.. Dan uji deskriptif data (N) sebesar 88, nilai minimum sebesar 14,

⁵⁶ Jackson R.S Weenas, Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA, Vol 1 No 4 Desember 2013. 607-618

maximum sebesar 25, sum sebesar 1832, mean 20,82, standar deviasi sebesar 1,866, dan varian sebesar 3,484.

Hasil perhitungan uji t diperoleh dari variabel Labelisasi halal t nilai hitung $< t$ tabel ($5,287 > 2.634$) dengan nilai signifikan (sig 2-tailed) $0.00 < 0,1$ maka terdapat perbedaan yang signifikan keputusan pembelian produk terhadap variabel label halal asli dan label halal tidak asli di Kabupaten Mandailing natal.

Suatu produk disamping di beri merek, kemasan, juga harus diberi label. Menurut Gitosudarmono label adalah bagian dari sebuah produk yang berupa keterangan/penjelasan mengenai barang tersebut atau mengenai produsennya.⁵⁷ Label menjadi bagian penting dalam melihat suatu kehalalan dan kebaikan produk untuk dikonsumsi. Konsumen muslim akan lebih banyak memperhatikan label dalam kemasan karena takut akan mengandung bahan-bahan yang diharamkan oleh agama.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk yang dijual.⁵⁸ Menurut Swastha dan Irawan, setiap keputusan pembelian mempunyai struktur sebanyak 7 komponen, yaitu keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, jumlah produk, waktu pembelian, dan cara pembayaran.

⁵⁷ Schilacul, M Kholid, dan Aniesa Samira, "Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.62, No. 1, September 2018. hlm, 129

⁵⁸ *Ibid*, hlm, 130

D. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang sedemikian rupa agar memperoleh hasil semaksimal mungkin. Namun, dalam prosesnya untuk memperoleh hasil yang sempurna tidaklah mudah, sebab dalam penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan. Berikut ini beberapa keterbatasan peneliti dalam penelitian ini :

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan termasuk penelitian terdahulu terkait judul masih minim.
2. Dalam penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui kejujuran reponden dalam menjawab item pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas dan hasil penelitian ini.

Meskipun demikian, peneliti berusaha dengan maksimal agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini Terdapat perbedaan yang signifikan Keputusan Pembelian Produk terhadap produk yang berlabel halal asli dan tidak berlabel halal asli dilihat dari hasil perhitungan uji t diperoleh dari variabel label halal asli nilai t nilai hitung $< t$ tabel ($5,287 > 2.634$) dengan nilai signifikan (sig *2-tailed*) $0.00 < 0,1$, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan keputusan pembelian produk di Kabupaten Mandailing Natal.

B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain penelitian ini hanya sebatas melihat perbandingan dari sisi label halal saja, sehingga hasil yang dicapai belum menunjukkan hasil maksimal. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya perlu kajian lebih lanjut mengenai label dengan menambahi variabel seperti kualitas produk, kepastian hukum sertifikasi dan lain- lainnya.
2. Bagi masyarakat agar lebih memperhatikan produk ketika akan membeli dan mengonsumsi produk minuman apakah berlabel halal asli atau tidak asli, untuk menjamin kesehatan dan keamanan ketika mengonsumsinya. Masyarakat harus tahu bahwa sebenarnya

lebel halal asli hanya dikeluarkan oleh lembaga resmi yaitu MUI, jika ada produk berlabel halal tapi dikeluarkan oleh MUI maka itu bukanlah label halal Asli.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sucipo, *Studi Kelayakan Bisnis*, Malang: UIN-MALIKI PRES Anggota AKAPI, 2010.
- Azhari Akmal Targan, dkk., *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, Bandung: Ciptapustaka Media, 2006.
- Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, petunjuk Teknis Pedoman System Produk Halal, Jakarta: Departemen Agama RI, 2003.
- Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : analisis perilaku konsumen*, edisi pertama, Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta (Anggota IKAPI), 2016.
- Dadang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2014.
- Dwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014
- Eri Agustian H dan Sujana, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”, dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Volume 1, No. 2, Juni 2013.
- Erna Restu Hidayah, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Depot Air Mineral Shofiro Bantarsoka, Purwokerto, Banyumas)”, dalam Skripsi: IAIN Purwokerto, 2016
- Hasil wawancara dengan Masyarakat Pasar Baru Panyabungan, tgl 20 Nopember 2018 , pukul 10.15 Wib sd selesai .
- [http://ppommui.org/journal,Sertifikasi_dan_Labelisasi_Halal](http://ppommui.org/journal/Sertifikasi_dan_Labelisasi_Halal), diakses 20 oktober 2018 pukul 13:54.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi da Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Grafindo Persada. 2013.
- Ichsani Mutiara dan Syahputra, “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kecantikan Korea”, dalam *Jurnal Indonesia Membangun*, Volume17, No 2, Mei-Agustus 2018.
- Ilfi Nur Dianal, *Hadis-hadis Ekonomi*, Malang: UIN Maliki Press (Anggota IKAPI). 2012.

- Iqbal Hasan, Analisis Data Penelitian dengan Statistik, Jakarta: Kencana. 2006.
- Jackson R.S Weenas, Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, Vol 1 No 4 Desember 2013.
- Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karya Ilmiah, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Kasmir dan Jakfar, Studi Kelayakan Bisnis, edisi kedua, cetakan ketujuh, Jakarta: Kencana, 2010.
- Tengku Putri Lindung Bulan, “ Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”, dalam *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Volume 5, No 1, Mei 2016
- Mohamad Nadrattuzaman Hosen, Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI (Lembaga Penjaminan Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia, 2008.
- M. Samsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, Manajemen Operasi, Jakarta: PT. Grasindo, 2003.
- Morissan, Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nugroho J. Saetiadi, Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen, edisi revisi, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nur Aswawi dan Mansyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas, Jakarta: Indeks, 2017.
- Rosady Ruslan, Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2003.
- Schilacul, M Kholid, dan Aniesa Samira, “ Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.62, No. 1, September 2018.
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta, 2012.

_____, Statistika untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta, 2014.

_____, Metode Penelitian Manajemen, Bandung: Alfabeta, 2016.

Suharsimin Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.

_____, Manajemen Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta. 2013.

Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen:Teori dan Penerapannya dalam pemasaran, edisi kedua, Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.

Yossie Rossanty, M. Dharma Putra dan Prana Ugiana, “Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Di Kota Medan”, dalam *Jurnal Manajemen Tools*, Volume 6, No. 1, Juni 2016,

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : LUKMAN HAKIM
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat Tanggal Lahir : Hutaraja, 16 Februari 1996
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat lengkap : Hutaraja, Kecamatan Portibi
Kabupaten Padang Lawas Utara
Sumatera Utara
Telepon/Hp : 0813 701 2131
E-Mail : lukmanhakimfebruari@gmail.com

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2002-2008 : SDN 1050600 Mangaledang Lama
Tahun 2008-2011 : MTSs Thoiiyyibah Islamiyah Hutaraja
Tahun 2011-2014 : MAS Thoiiyyibah Islamiyah Hutaraja
Tahun 2014-2019 : Program Sarjana (S- 1) Ekonomi Syariah,
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Padangsidempuan, Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam.

LEMBAR KUESIONER

Kepada Yth,
Bapak/Ibu Masyarakat Lingkungan V
Kelurahan Panyabungan II Kecamatan Panyabungan Kota
Kabupaten Mandailing Natal

Saya mohon kesediaan bapak/ibu untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai “**Analisis Komparatif Keputusan Pembelian Produk Di Kabupaten Mandailing Natal**”. Peneliti sangat mengharapkan kejujuran Responden dalam memberikan jawaban sehingga penelitian ini lebih akurat. Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi Kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

No. Responden :
Nama :
Jenis Kelamin :
Alamat Rumah :

II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan penilaian anda.

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

A. Pernyataan mengenai Label Halal Asli

INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Proses Pembuatan	1. Proses pencampuran bahan baku produk Air minuman kemasan Aqua bebas dari bahan haram.					
	2. Proses pembuatan produk minuman kemasan Aqua dan dilakukan secara <i>higenis</i> .					
Bahan Baku Utama	3. Air yang digunakan produk minuman kemasan Aqua terjaga kebersihannya.					
Bahan Pembantu	4. Penambahan zat kimia pada produk minuman kemasan Aqua yang tidak beracun.					
Efek Produk	5. Pada kemasan minuman Aqua terdapat label halal Asli MUI.					

B. Pernyataan mengenai Label Halal Tidak Asli

INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Proses Pembuatan	1. Proses pencampuran bahan baku produk Air minuman kemasan Madina bebas dari bahan haram.					
	2. Proses pembuatan produk minuman kemasan Madina dan dilakukan secara <i>higenis</i> .					
Bahan Baku Utama	3. Air yang digunakan produk minuman kemasan Madia terjaga kebersihannya.					
Bahan Pembantu	4. Penambahan zat kimia pada produk minuman kemasan Madina yang tidak beracun.					
Efek Produk	5. Pada kemasan minuman Madina terdapat label halal asli MUI.					

C. Pernyataan mengenai Keputusan Pembelian

INDIKATOR	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Pengenalannya Masalah	1. Saya suka mengonsumsi produk minuman kemasan Aqua.					
	2. Saya suka mengonsumsi produk minuman kemasan Madina					

	3. Saya menyimpan minuman kemasan Aqua/ Madina di rumah biar bisa dibawa kapan pun.					
	4. Saya mengonsumsi produk minuman kemasan Aqua dan Madina hanya disaat saya dalam keadaan darurat (sangat haus) atau saat bekerja.					
Pencarian Informasi	5. Pengalaman pribadi yang paling akurat yang saya jadikan pedoman untuk memilih produk minuman kemasan Aqua dan Madina.					
	6. Saya memperoleh informasi tentang minuman kemasan Aqua dan Madina dari iklan.					
	7. Saya memperoleh informasi tentang produk Madina dari iklan.					
Evaluasi Alternatif	8. Harga produk Aqua yang lebih murah turut mempengaruhi pembelian.					
	9. Saya membeli produk minuman kemasan Aqua karena rasa minumannya paling mantap.					
	10. Saya membeli produk minuman kemasan Madina karena rasa minumannya paling mantap.					
Keputusan pembelian	11. Saya hanya mengonsumsi produk minuman kemasan yang berlabel halal.					
	12. Saya hanya mengonsumsi produk minuman yang tidak berlabel halal karena kebutuhan atau keinginan.					
	13. Kemasan Aqua yang menarik dan mencolok berpengaruh terhadap keputusan pembelian.					
	14. Saya merasa lebih nyaman jika mengonsumsi minuman kemasan Aqua yang berlabel halal.					
	15. Saya merasa lebih nyaman jika					

Perilaku Pascapembelian	mengonsumsi minuman kemasan Madina yang berlabel halal.					
	16. Saya akan membeli kembali produk minuman kemasan Aqua dan Madina yang berlabel halal setelah membelinya sekali.					
	17. Saya akan merekomendasikan minuman kemasan Aqua yang berlabel halal kepada orang lain.					
	18. Saya akan merekomendasikan minuman kemasan Madina yang berlabel halal kepada orang lain.					

Lampiran Dokumentasi Mengisi Angket di Lingkungan V, Kelurahan Panyabungan II, Kec. Panyabungan Kota, Kab. Mandailing Natal



Pengisian Angket Label Halal Asli Bersama Ibu Nur Haniah Siregar



Pengisian Angket Label Halal Tidak Asli Bersama Ibu Nurul



Pengisian Angket Label Halal Tidak Asli Bersama Ibu Husna



Pengisian Angket Label Halal Asli Ibu Nurlela



Pengisian Angket Label Halal Asli Bersama Ibu Febri



Pengisian Angket Label Halal Asli Bersama Saudari Fauziah



Pengisian Angket Label Halal Tidak Asli Bersama Ibu Aisyah Lubis Dan Bapak Edison Jambak



Pengisian Angket Label Halal Tidak Asli Bersama Ibu Lanni