

**PENGARUH LABELISASI HALAL PADA RUMAH MAKAN AYAM PAK USU
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

SKRIPSI

OLEH :

**ARMELIANA PUTRI
NIM. 141310514**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH**

2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rumah Makan Ayam Pak Usu. Jenis Penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli Rumah Makan Ayam Pak Usu cabang merdeka. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Berdasarkan kriteria pemilihan sampel telah ditentukan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji kelayakan model F.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa $\hat{y} = 2,465 + 0,435X$, artinya jika labelisasi halal bernilai 0 (nol), maka keputusan pembelian bernilai 2,465. Nilai koefisien regresi sederhana variabel keputusan konsumen (X) yang diperoleh sebesar 0,435 satuan, artinya jika nilai variabel labelisasi halal meningkat sebesar 1 (satu) satuan maka nilai keputusan konsumen makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu meningkat sebesar 0,435. Nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh dari hasil pengolahan data adalah sebesar 0,488 artinya hubungan antara labelisasi halal dan keputusan konsumen mempunyai hubungan cukup. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari hasil pengolahan data adalah sebesar 0,239 artinya pengaruh labelisasi halal terhadap variasi naik turunnya keputusan konsumen makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu adalah sebesar 23,9%, dan sisanya sebesar 76,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Uji kelayakan model (Uji F) yang diperoleh dari hasil pengolahan data adalah sebesar 30,703 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 ini berarti nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, maka model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian konsumen makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu.

Kata kunci: labelisasi halal, Keputusan Konsumen, Rumah Makan, Ayam Pak Usu

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWT, atas segala anugrah, hikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH LABELISASI HALAL PADA RUMAH MAKAN AYAM PAK USU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN” dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan pengalaman yang penulis miliki, namun penulis berharap skripsi ini berguna bagi pembaca dalam memperluas wawasan dan pengetahuan yang ada. Penulisan skripsi ini juga melengkapi syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak. Dalam penulisan skripsi ini tidak sedikit kesulitan yang ditemui oleh penulis, banyak pihak yang telah membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE., MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Samsuddin, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak dan selaku Dosen Pembimbing Utama yang senantiasa dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, dan nasihat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

3. Ibu Neni Triana, M., SE., MM., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan motivasi kepada penulis sampai penelitian ini selesai.
4. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah membantu dan membimbing penulis sampai pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan semangat, doa serta dukungan baik moril dan materil selama masa studi dan penyusunan skripsi.
6. Teman-teman dan sahabat-sahabat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak Angkatan 2014 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah S.W.T senantiasa melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya sebagai balasan atas bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara semua. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik disengaja maupun tidak disengaja serta jauh dari sempurna, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan penulisan-penulisan di kemudian hari.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Pontianak, Juli 2019

Armeliana Putri

DAFTAR ISI

JUDUL	
SURAT PERNYATAAN.....	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan	15
C. Pembatasan Masalah.....	15
D. Tujuan Penelitian	16
E. Manfaat Penelitian	16
F. Kerangka Pemikiran.....	17
G. Metode Penelitian	19
1. Jenis Penelitian.....	19
2. Teknik Pengumpulan Data.....	20
a. Data Primer.....	20
b. Data Sekunder.....	20
3. Populasi dan Sampel	21
a. Populasi	21
b. Sampel	22
4. Variabel Penelitian	23
a. Variabel Bebas.....	23
b. Variabel Terikat.....	24

5.	Skala Pengukuran.....	24
6.	Uji Instrumen	24
	a. Uji Validitas	24
	b. Uji Reliabilitas.....	25
	c. Uji Normalitas	26
	d. Analisis Regresi Linier Sederhana	26
	e. Analisis Koefisien Korelasi.....	27
	f. Analisis Koefisien Determinasi.....	28
	g. Uji Kelayakan Model F	28
BAB II : LANDASAN TEORI.....		30
	A. Labelisasi Halal.....	30
	1. Labelisasi	30
	2. Halal.....	31
	3. Labelisasi Halal.....	33
	B. Keputusan Pembelian	34
BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PERUSAHAAN.....		37
	A. Sejarah Singkat Perusahaan	37
	B. Visi dan Misi Perusahaan	39
	C. Struktur Organisasi	40
	D. Aspek Sumber Daya Manusia.....	43
BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		47
	A. Karakteristik Responden.....	47
	1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
	2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
	3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	48
	4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Responden Tentang Label Halal MUI.....	49
	B. Uji Instrumen	49
	a. Uji Validitas	49
	b. Uji Reliabilitas	51

c. Uji Normalitas.....	52
d. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	53
e. Analisis Koefisien Korelasi	54
f. Analisis Koefisien Determinasi	55
g. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	56
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia saat ini dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam segala bidang. Salah satu bisnis yang pesat dalam perkembangannya adalah bisnis yang bergerak dibidang pangan, diantaranya adalah restoran dan rumah makan, yang mana bisnis ini sangat menjanjikan untuk menjadi usaha dengan omset yang besar sehingga banyak pelaku usaha lebih memilih menggeluti bisnis ini.

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan yang wajib bagi umat muslim, baik itu pangan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya. Produk halal tidak hanya diminati oleh masyarakat muslim tetapi juga non muslim, sebab makanan yang halal itu sudah pasti sehat. Banyak produk-produk yang belum bersertifikat halal mengakibatkan konsumen, terutama konsumen muslim, sulit untuk membedakan produk mana yang benar-benar halal dan dapat dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam dengan produk yang tidak halal. Selain itu kejelasan antara makanan halal dan haram tentunya akan membuat konsumen khususnya konsumen muslim akan semakin tenang dalam mengkonsumsinya, karena tidak perlu khawatir terdapat kandungan yang haram didalamnya.

Persoalan kehalalan suatu produk adalah suatu hal yang tidak dapat ditawar-tawar karena menyangkut prinsip penting dan mendasar yaitu makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika. Produk halal diartikan

sebagai produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas bagi pembeli. Seperti yang telah disabdakan Nabi Muhammad SAW “Rasulullah melarang jual beli gharar (yang tidak jelas produknya)” (HR Muslim dari Abu Hurairah). Dalam Al-Quran juga telah jelas diterangkan:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ لِيَاءَهُ
تَعْبُدُونَ

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.”

Dari segi lain, bahwa halal dan haram beredar menurut perundang-undangan Islam secara umum, yaitu suatu perundang-undangan yang berdiri diatas landasan demi mewujudkan kebaikan untuk umat manusia. Apabila label halal tidak diterbitkan oleh lembaga resmi pemerintah yang ditunjuk, maka dapat meningkatkan kekhawatiran konsumen apakah label halal yang terdapat pada rumah makan benar-benar diakui dan telah melewati serangkaian proses sesuai dengan pedoman yang berlaku. Sedangkan yang dimaksud dengan produk halal menurut Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan (LPPOM MUI) adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam.

Menurut Bulan (2016:430):“Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada konsumen produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi oleh konsumen”.

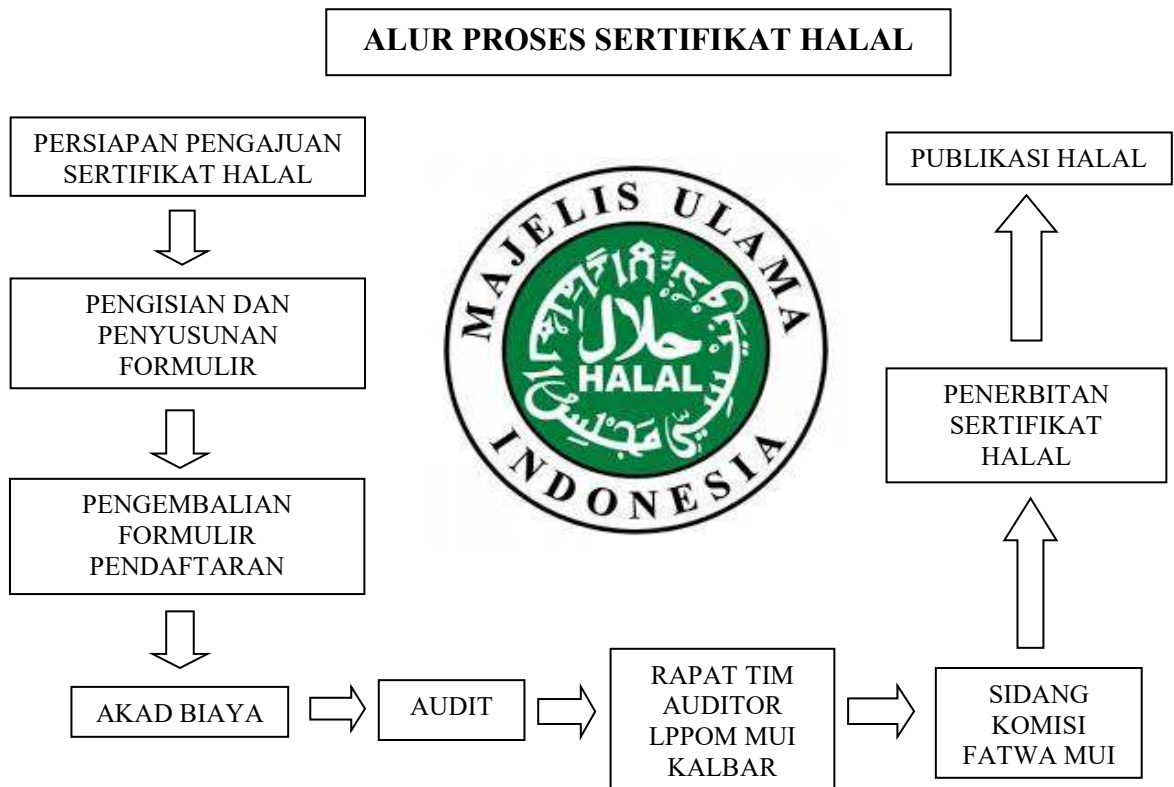
Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal adalah pencantuman keterangan/penjelasan halal pada kemasan sebuah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam.

Menurut Konoras (2017:63): “Sertifikasi Halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI”.Khusus di Indonesia terdapat sebuah lembaga khusus yang berwenang dalam menyeleksi serta mengaudit produk-produk makanan yang dikonsumsi oleh umat muslim untuk menjamin kehalalannya. Lembaga ini adalah Lembaga Produk Pangan, Makanan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. Lembaga ini adalah lembaga yang mengawasi peredaran makanan yang ada di masyarakat dan secara khusus memiliki wewenang untuk memberikan Sertifikasi Halal pada produk dalam kemasan. Sehingga produsen yang telah mendaftarkan produk makanan ke lembaga ini serta lulus uji kehalalannya maka diperbolehkan untuk memakai label halal pada makanan atau rumah makan tersebut.

Industri pengolahan (pangan, obat, kosmetika), Rumah Potong Hewan (RPH), dan restoran/katering/dapur, harus melakukan pendaftaran sertifikasi

halal dan memenuhi persyaratan sertifikasi halal. Adapun alur proses sertifikasi halal dapat dilihat pada Gambar 1.1:

GAMBAR 1.1
Alur Proses Sertifikat Halal



Sumber : Kantor LPPOM MUI Provinsi Kalimantan Barat, Tahun 2018

Alur proses untuk mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persiapan Pengajuan Sertifikat Halal

Perusahaan harus melakukan persiapan pengajuan sertifikasi halal dengan mendatangi Kantor Sekretariat Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan (LPPOM) MUI terdekat untuk melakukan pendaftaran dan pembelian formulir.

2. Pengisian dan Penyusunan Formulir Pendaftaran

Kemudian perusahaan mengisi formulir pendaftaran serta melengkapi dokumen-dokumen seperti data perusahaan, jenis dan nama produk, bahan-bahan yang digunakan serta mempersiapkan sistem jaminan halal.

3. Pengembalian Formulir Pendaftaran

Pengembalian formulir pendaftaran yang telah diisi beserta dokumen pendukung diserahkan ke Kantor Sekretariat LPPOM MUI.

4. Akad Biaya

Pada saat pelaksanaan audit ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan oleh perusahaan atau yang mengajukan permohonan pembuatan sertifikasi halal seperti honor auditor, transportasi dari dan menuju pabrik, akomodasi (penginapan dan makanan).

5. Audit

Tim audit akan melakukan pemeriksaan di perusahaan yang mengajukan permohonan pembuatan sertifikat halal.

6. Rapat Tim Auditor LPPOM MUI

Setelah melakukan audit, dilakukan pembahasan laporan hasil audit dalam rapat auditor LPPOM MUI dan analisa laboratorium akan dilakukan bila diperlukan.

7. Sidang Komisi Fatwa MUI

Rapat penentuan halal produk dalam sidang komisi fatwa MUI berdasarkan laporan temuan hasil audit.

8. Penerbitan Sertifikat Halal

Sertifikasi halal dikeluarkan oleh MUI setelah ditetapkan status kehalalannya oleh komisi fatwa MUI.

9. Publikasi Halal

Setelah perusahaan mendapatkan sertifikat halal, maka akan dilakukan publikasi halal yaitu pembuatan jurnal sertifikasi halal perusahaan yang akan diinput di Kantor LPPOM MUI pusat yang bertempat di Jakarta.

Persyaratan pendaftaran untuk mendapatkan sertifikat halal adalah sebagai berikut:

1. Formulir lengkap (Form A, B, dan C)
2. Bagan Alur Produksi
3. Sistem Jaminan Halal
4. Fotocopy Tanda Pengenal (KTP, SIM, Passport, dll) yang masih berlaku
5. Fotocopy Surat Izin Gangguan (HO) dan SIUP
6. Fotocopy Sertifikat Halal Bahan Baku, Bahan Tambahan dan Bahan Penolong
7. a. Industri Pengolahan :
 - 1) UKM: *fotocopy* P-IRT dari Dinas Kesehatan Setempat.
 - 2) Depot: *fotocopy* hasil laboratorium terakhir yang terakreditasi dan MD dari BPPOM.
 - 3) AMDK: *fotocopy* hasil laboratorium terakhir yang terakreditasi dan MD dan BPPOMb.

- b. *Catering/Rumah Makan/Restoran/Café:fotocopy* Laik Sehat dari Dinas Kesehatan Setempat.
- c. Rumah Potong Hewan (RPH):*fotocopy* Surat Rekomendasi dari Dinas Pertanian Setempat.

Sertifikat halal yang ada pada perusahaan yang telah disertifikasi halal memiliki masa berlaku selama dua tahun. Bila masa berlaku sertifikat halal akan habis, maka perlu dilakukan pengurusan perpanjangan masa berlaku sertifikat halal. Untuk mengurus perpanjangan sertifikat halal, perusahaan harus mendaftar kembali dan mengisi data pendaftaran, sebagaimana dengan cara melakukan prosedur pendaftaran awal seperti yang dijelaskan diatas.

Konsumen ingin mendapatkan keyakinan bahwa bahan-bahan yang terkandung atau *ingredients* pada suatu produk tidak mengandung sesuatu yang haram begitu juga bahan tambahan atau bahan pembantu yang digunakan dalam proses produksi sampai dengan kemasannya. Beberapa kasus pernah ditemui bahwa beberapa produsen makanan dan minuman menggunakan *ingredients* yang tidak halal dalam pembuatan produknya. Meskipun kasus tersebut terisolasi namun hal tersebut menunjukkan kurangnya sensitivitas produsen terhadap hak-hak konsumen muslim. Konsumen ingin memastikan apakah ada sesuatu yang tidak halal yang terkandung dalam produk yang akan dikonsumsi. Selain perizinan usaha, sertifikasi halal menjadi sesuatu yang wajib dimiliki oleh sebuah usaha kuliner mengingat bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia adalah Muslim yang sangat sensitif terhadap makanan haram. Pencantuman label halal sangat penting bagi kedua pihak, yaitu

produsen dan konsumen. Dengan adanya pencantuman label halal, konsumen lebih merasa aman dalam mengonsumsi dan menggunakan produk atau makanan tersebut. Selain itu, konsumen juga mendapatkan jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung sesuatu yang tidak halal dan diproduksi dengan cara yang halal dan beretika. Sedangkan bagi produsen, pencantuman label halal dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Produk yang bersertifikat halal memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk yang tidak mencantumkan label tersebut.

Begitu juga untuk konsumen non muslim walaupun status kehalalan suatu produk tidak menjadi perhatian utama, namun dengan adanya label halal pada kemasan akan meningkatkan tingkat keyakinan konsumen terhadap kualitas produk yang akan dikonsumsi tersebut. Konsumen non muslim yang sudah mempunyai pengetahuan tentang hal-hal yang berkenaan dengan proses halal juga sudah memahami bahwa dengan adanya label halal asli yang dikeluarkan oleh lembaga resmi pemerintah yaitu LPPOM MUI berarti kandungan bahan (*ingredients*) yang terdapat pada suatu produk sudah benar-benar aman dan mendapatkan jaminan kualitas kesehatan. Sehingga dengan demikian konsumen juga sudah mulai fokus terhadap kesehatan dengan kata lain kesadaran akan kesehatannya juga semakin meningkat.

Semakin maraknya rumah makan di Pontianak mengharuskan pengusaha menetapkan strategi-strategi yang tepat agar produk dapat bersaing dipasaran, sehingga dapat menjadikan/mempengaruhi konsumen untuk mengambil

keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan di rumah makan tersebut.

Beberapa rumah makandi Pontianak yang mempunyai label halal adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
LPPOM MUI Provinsi Kalimantan Barat
Rumah Makan Yang Memiliki Sertifikat Halal MUIDi Pontianak
Tahun 2018

No	Daftar Rumah Makan	Alamat
1.	Resto Juara	Jl. Ahmad Yani Komplek A.Yani Mega Mall Blok A4 No.10-12 Pontianak
2.	PT. Matahari Putra Prima, Tbk (Bakermart)	Jl. Ahmad Yani Komplek A.Yani Mega Mall Blok A4 No.10-12 Pontianak
3.	RM Ayam Pak Usu	Jl. M. Sohor No.29A,B,C Pontianak
4.	RM Pondok Ale-Ale	Jl. Putri Candramidi No.10 Pontianak
5.	Nasi Uduk Ayam Gebuk Mr. Achiang	Jl. Dr. Setiabudi No.58 Jl. Gusti Hamzah No.6 Pontianak
6.	Restoran Honjee	Jl.W.R.Supratman Komp. Ruko W.R. Supratman <i>Business Point A</i> No.1 Pontianak
7.	Gleam Cafe	Jl. Tamar No.3 Pontianak Jl.Parit H. Husin 2 No.22 Pontianak Jl.A.Yani 2 (<i>Arteri Supadio/Water Park</i>)
8.	Sari Bento	Jl. A. Yani Komp. Museum Pontianak
9.	Rumah Makan Saliju	Jl. Sultan Abdurahman No.58 Pontianak
10.	Restoran Mario Bento	Jl. Danau Sentarum No.58 Pontianak

Sumber: Kantor LPPOM MUI Provinsi Kalimantan Barat, Tahun 2018

Tabel 1.1 diatas menunjukkan daftar rumah makan yang mempunyai label halal resmi dan berizin, salah satunya adalah Rumah Makan Ayam Pak Usu.

Rumah Makan Ayam Pak Usu merupakan salah satu rumah makan di Pontianak yang menawarkan menu makanan Indonesia. Rumah makan Ayam Pak Usu berdiri pada tahun 2013 yang tersebar di beberapa lokasi strategis di Pontianak seperti di Jalan Ahmad Yani Komplek Mega Mall, Jalan Sumatera (sebelum Grill me), dan pusatnya ada di Jalan HOS Cokroaminoto atau sering disebut Merdeka Timur (samping Jalan Meranti).

Sejak berdiri, Rumah Makan Ayam Pak Usu belum memiliki label halal, padabulan Juni 2016 Rumah Makan Ayam Pak Usu baru memiliki sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI, sehingga masyarakat tidak perlu ragu untuk menikmati makanan di Rumah Makan Ayam Pak Usu.

Rumah Makan Ayam Pak Usu sebagai salah satu merek dagang di bidang kuliner menawarkan masakan dengan cita rasa khas Pontianak, didirikan oleh CV. Optima Prima Sukses sejak 2013. Untuk memperkenalkan dan memasyarakatkan Rumah Makan Ayam Pak Usu di wilayah Kota Pontianak perusahaan mencantumkan sertifikat halal. Rumah Makan Ayam Pak Usu mengalami perkembangan dengan memiliki sertifikat halal antara lain:

1. Meningkatnya pendapatan yang diperoleh Rumah Makan Ayam Pak Usu.
2. Terlindunginya konsumen muslim dari mengonsumsi makanan yang ada di Rumah Makan Ayam Pak Usu.
3. Meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
4. Sertifikasi halal juga akan memberikan kepastian dan perlindungan hukum terhadap konsumen.

Untuk daftar menu dan harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Rumah Makan Ayam Pak Usu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Rumah Makan Ayam Pak Usu
Daftar Harga Makanan dan Minuman
Tahun 2018

Jenis	Harga (Rp.)
Makanan	
Ayam dan Ikan	
Paket Ayam Pak Usu	23.000
Paket Ayam Ponti	23.000
Paket Ayam Kampung	39.000
Ayam Pak Usu	17.500
Ayam Ponti	17.500
Paket Tenggiri Penyet	36.000
Tahu dan Tempe	
Tahu Goreng	3.000
Tempe Goreng	3.000
Kangkung & Pakis	
Tumis Kangkung	18.000
Pakis Asap	18.000
Bubur	
Bubur Ikan Alu-Alu	22.000
Bubur Ikan Kakap	30.000
Bubur Ikan Napoleon	30.000
Mie dan Sup	
Mie Ayam Seafood	20.000
Mie Pangsit Ayam	19.000
Sup Ikan Alu-Alu	27.000
Sup Ikan Kakap	36.000
Sup Ikan Napoleon	30.000

Tabel 1.2
(Lanjutan)

Jenis	Harga
Makanan	
Californian Fushion Sushi	
Aisiteru N Roll	35.000
Asam Pedas N Roll	39.000
Avenger N Roll	37.000
Balado N Roll	31.000
Captain Amerika N Roll	38.000
Chicken Sushi Roll	22.000
Chicken Tamago Maki Roll	23.000
Chicken Teriyaki Roll	24.000
Dragon Ball N Roll	35.000
Ebi Tempura Maki Roll	25.000
Edamame	20.000
Kari N Roll	39.000
Monster Giant N Roll	45.000
Naruto Maki Roll	37.000
Ninja N Roll	40.000
Optimus Prime N Roll	40.000
Rendang N Roll	39.000
Sakura N Roll	41.000
Minuman	
Cold	
Es Jeruk Kelapa	22.000
Teh Es	8.000
Es Jeruk Besar	18.000
Es Kelapa Muda	16.000
Es Lemon Tea	18.000
Hot	
Teh Panas	10.000
Luwak Arabica	17.000
Luwak White Coffee	21.000
Cappucino	22.000
Mineral & Es	
Mineral Botol (Nestle)	10.000
Air Putih	2.000
Es Batu	1.000

**Tabel 1.2
(Lanjutan)**

Jenis	Harga
Minuman	
Juice	
Juice Semangka	22.000
Juice Melon	22.000
Juice Apel	22.000
Juice Alpukat	22.000
Juice Mangga	22.000
Mix Juice	23.000
Ice Cream	
Ice Cream Banana Split	25.000
Sundae Ice Cream	25.000
Brownies Ice Cream	23.000
Ce Hun Tiau Ice Cream	23.000
Borneo Ice Cream	25.000
Ice Cream	
Shanghai Ice Cream Coco Crunch	25.000
Coco Crunch Ice Cream	23.000
Fried Ice Cream	23.000
Vanilla Sky Ice Cream	15.000
Teller Ice Cream	23.000
D-1 Ice Cream	23.000
D-2 Ice Cream	24.000
D-3 Ice Cream	25.000
Ice Cream Only	7.000
Ice Cream Cup Vanilla	18.000
Ice Cream Cup Coklat	18.000
Ice Cream Cup Strawberry	10.000
Ice Cream Cup Coklat Spc	10.000
Ice Cream Cup Strawberry Spc	10.000

Sumber:Rumah Makan Ayam Pak Usu, Tahun 2018

Tabel diatas menunjukkan daftar harga makanan dan minuman di Rumah Makan Ayam Pak Usu, harga makanan mulai dari Rp. 3.000 sampai dengan Rp.41.000 dan harga minuman mulai dari Rp. 2.000 sampai denganRp.27.000. Rumah Makan Ayam Pak Usu menawarkan paket makanan dan minuman yang

bermacam-macam sehingga dapat memenuhi selera konsumen yang makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu. Setiap bulannya ada menu baru yang disediakan agar konsumen tidak bosan makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu. Setiap konsumen Rumah Makan Ayam Pak Usu dikenakan pajak sebesar 10%.

Setiap perusahaan berusaha melakukan sesuatu yang terbaik untuk pelanggan-pelanggannya agar tidak berpindah ke tempat lain, seperti upaya pemenuhan kepuasan berupa pelayanan atau produk yang berbeda dari pesaingnya. Jumlah pendapatan pada Rumah Makan Ayam Pak Usu dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Rumah Makan Ayam Pak Usu
Jumlah Pendapatan
Tahun 2018

No.	Tahun	Pendapatan (Rp)	Naik/Turun (%)
1.	2015	3.479.770.428	-
2.	2016	3.895.504.305	11,95%
3.	2017	4.250.039.750	9,10%

Sumber: Rumah Makan Ayam Pak Usu, Tahun 2018

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah pendapatan Rumah Makan Ayam Pak Usu setiap tahunnya mengalami kenaikan. Pada tahun 2015 Rumah Makan Ayam Pak Usu belum menggunakan label halal, jumlah pendapatan sebesar Rp. 3.479.770.428. Pada tahun 2016 Rumah Makan Ayam Pak Usu sudah menggunakan label halal, jumlah pendapatan mengalami kenaikan sebesar 11,95% dari tahun 2015. Sedangkan pada tahun 2017 jumlah pendapatan mengalami kenaikan sebesar 9,10% dari tahun 2016.

Rumah Makan Ayam Pak Usu dalam pelayanannya berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan memberikan kesan ramah bagi para konsumen. Upaya lain yang dilakukan adalah dengan menyediakan lapangan parkir yang memadai, kebersihan rumah makan juga selalu menjadi perhatian terutama kebersihan lantai dan meja. Hal terpenting yang menjadi perhatian dalam menentukan lokasi *outlet* adalah pemilihan lokasi yang dipandang strategis, dekat dengan lokasi keramaian serta lokasi yang aman baik bagi *outlet* maupun bagi para konsumen.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, maka penulis ingin menganalisis mengenai perilaku pembelian konsumen Rumah Makan Ayam Pak Usu yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul: “Pengaruh Labelisasi Halal Pada Rumah Makan Ayam Pak Usu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian yaitu: “Apakah labelisasi halal pada Rumah Makan Ayam Pak Usu berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?”.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, penulis memandang perlu untuk melakukan pembatasan masalah yang akan diteliti. Penulis membatasi dan hanya membahas mengenai labelisasi halal dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ayam Pak Usu yang

variabelnya terdiri dari proses pembuatan, bahan baku utama, bahan pembantu dan efek. Variabel keputusan pembelian yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Yang menjadi objek penelitian adalah Rumah Makan Ayam Pak Usu Cabang Merdeka.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian penulis adalah “Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal pada Rumah Makan Ayam Pak Usu terhadap keputusan pembelian konsumen”.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk mengembangkan dan menerapkan teori-teori yang diperoleh selama kuliah terutama yang berhubungan dengan ruang lingkup masalah yang diteliti, yaitu bidang pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi perusahaan.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan untuk referensi bagi mahasiswa yang mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian makanan.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan inti sari dari teori yang telah dikembangkan yang dapat mendasari perumusan hipotesis. Teori yang telah dikembangkan dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah yang menyatakan hubungan antar variabel berdasarkan pembahasan teoritis.

Sekaran (1992) dalam Sugiyono (2016:60) mengemukakan bahwa “Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Kerangka pikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Uraian dalam kerangka pikir ini menjelaskan antara variabel.

Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi tentang apa yang ada dalam penjual dan produk itu sendiri. Pemberian label (*labeling*) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen. Menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) “Halal adalah makanan yang dibolehkan memakannya menurut ajaran Islam”. Menurut Bulan (2016:430): “Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada konsumen produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi oleh konsumen”.

Menurut Departemen Agama (2003), adapun aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal yaitu :

1. Proses Pembuatan
2. Bahan Baku Utama
3. Bahan Pembantu
4. Efek

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181): “Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian”. Adapun tahapan proses keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) adalah:

1. Pengenalan Kebutuhan (*Need Recognition*)
2. Pencarian Informasi (*Information Search*)
3. Penilaian Alternatif (*Alternative Evaluation*)
4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)
5. Perilaku Pasca pembelian (*Post-purchase Behavior*)

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi dasar penelitian ini adalah sebagai berikut:

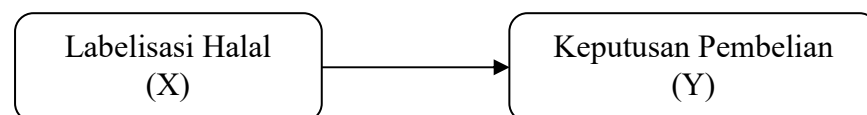
1. Penelitian ini dilakukan oleh AgustiandanSujana(2013) yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall’s Conello”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk Ice Cream Wall’s Conello pada mahasiswa STIE

Kesatuan Bogor. Hasil penelitian menunjukkan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Bulan (2016) yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Temiang”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Temiang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sosis di Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Temiang.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8): “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Siregar (2013:16): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”.Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui:

1) Wawancara

Menurut Siregar (2013:18): “Wawancara adalah proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara”. Subjek yang di wawancarai adalah Manajer Rumah Makan Ayam Pak Usu dan konsumen yang pernah makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu.

2) Kuesioner

Menurut Siregar (2013:21): “Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpegaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada”. Kuesioner dalam penelitian ini disebarakan

kepada konsumen yang pernah makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2013:16): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah alur proses sertifikat halal, rumah makan yang memiliki sertifikat halal MUI di Pontianak, dan data yang diperoleh dari Rumah Makan Ayam Pak Usu yang berupa harga makanan dan minuman, dan jumlah pendapatan Rumah Makan Ayam Pak Usu.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Ayam Pak Usu Cabang Merdeka di Kota Pontianak.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016:81): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh Populasi tersebut”. Tujuan dari pengambilan sampel ini adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objeknya hanya dengan mengamati sebagian dari populasi.

Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Rao Purba (2006), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian (95 persen = 1,96).

moe = *margin of error* (kesalahan maksimum yang bisa ditolerir sebesar 10 persen).

Perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel minimal sebanyak 96 orang. Untuk memudahkan, penulis menetapkan sampel menjadi 100 orang.

Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2016:84): “*Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Ada beberapa teknik non probabilitas *sampling*, salah satunya adalah metode *purposive sampling* (secara sengaja) artinya penarikan sampel berdasarkan pertimbangan mengingat adanya keterbatasan dana, waktu dan tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak, dengan kriteria responden yaitu orang yang memutuskan sendiri untuk makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu.

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:38): “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen.

a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2016:39): “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah labelisasi halal yang diberi notasi/tanda X.

b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2016:39): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang diberi notasi/tanda Y.

5. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2016:93): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebarkan, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing. Skala ini agar diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan, misalnya:

Tabel 1.4
Skor pernyataan Responden

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang

ingin diukur”. Uji validitas menguji seberapa baik satu atau seperangkat instrumen pengukuran untuk mengukur dengan tepat satu konsep studi yang akan diukur dan mengetahui pernyataan-pernyataan dalam instrumen adalah valid.

Teknik yang digunakan untuk menguji validitas instrumen dalam penelitian ini adalah dengan cara mengkorelasikan skor tiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dengan skor totalnya menggunakan rumus korelasi *product moment* (Siregar, 2017:77) sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

n = jumlah responden

X = skor variabel (jawaban responden)

Y = skor total dari variabel untuk responden ke-n

Hasil perhitungan dengan rumus *product moment* menunjukkan nilai r_{hitung} , kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan adalah valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan adalah tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87): “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila

dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”. Reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten.

Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Cronbach's Alpha* berdasarkan kriteria batas rendah reliabilitas adalah 0,6. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliabel, atau dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian atau kuesioner tersebut dapat digunakan kembali dalam penelitian selanjutnya.

b. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016:154): “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS 19 *for windows*.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Siregar (2017:379):“Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independen*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*)”. Dinyatakan bahwa regresi sederhana didasarkan pada

hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana merupakan hubungan yang melibatkan variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat/tidak bebas (*dependent*). Dari hubungan tersebut akan dicari bentuk hubungannya dengan tujuan prediksi mengenai nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui atau ditentukan. Adapun persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini dituliskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Labelisasi Halal

d. Koefisien Korelasi

Menurut Ghozali (2016:93): “Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel”. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu labelisasi halal (X) terhadap variabel dependen yaitu keputusan konsumen(Y) dengan menggunakan bantuan program *Software SPSS 19.00 for Windows*. Pedoman untuk mengetahui seberapa besar hubungan labelisasi halal terhadap keputusan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 1.5
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016:95):

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh labelisasi halal.

Langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis:

H_0 : Model regresi sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh labelisasi halal pada Rumah Makan Ayam Pak Usu.

H_a : Model regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh labelisasi halal pada Rumah Makan Ayam Pak Usu.

- 2) Menentukan nilai F tabel dengan kriteria: $\alpha = 0,05$ (5%) dan derajat kebebasan $(df)n-2$.
- 3) Menentukan kriteria keputusan:
 - a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan yaitu responden dalam penelitian ini, 70% berumur antara 17 – 26 tahun, 68% berpendidikan SMA/Mahasiswa, 7% Wiraswasta, 7% Pegawai Negeri, 5% Pegawai Swasta dan 13% lainnya., dan 44% tidak berpenghasilan dan 100 % yang mengetahui label halal MUI.
2. Persamaan atau estimasi regresi yang dapat dituliskan berdasarkan hasil pengolahan data adalah sebagai berikut : $\hat{y} = 2,465 + 0,435X$. Model persamaan regresi konstanta $a = 2,465$ artinya jika labelisasi bernilai 0 (nol), maka keputusan pembelian bernilai 2,465. Nilai koefisien regresi $b = 0,159$ artinya jika nilai variable labelisasi halal meningkat sebesar 1 (satu) satuan maka nilai keputusan konsumen membeli makanan meningkat sebesar 0,159.
3. Koefisien kolerasi (r) menunjukkan nilai R sebesar 0,488, artinya hubungan antara labelisasi halal dan keputusan konsumen mempunyai hubungan positif. Jika mengacu pada nilai 0,488 termasuk dalam kategori cukup. Dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal mempunyai

hubungan cukup terhadap keputusan konsumen makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu.

4. Hasil uji koefisien determinasi penelitian mengenai Pengaruh Labelisasi Halal Pada Rumah Makan Ayam Pak Usu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,239 atau 23,9% menunjukkan labelisasi halal mampu mempengaruhi keputusan konsumen dan sebesar 76,1% dipengaruhi faktor atau variabel lain.
5. Uji kelayakan model F dapat diketahui bahwa model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh labelisasi halal. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 30,703 dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000, karena nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari signifikan dari tingkat keyakinan 0,05, maka model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen membeli di Rumah Makan Ayam Pak Usu.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang sudah diperoleh, adapun beberapa saran yang diajukan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Industri pangan khususnya produsen Rumah Makan Ayam Pak Usu, diharapkan untuk konsisten melaksanakan sistem jaminan halal selama proses produksi di perusahaan hingga ke tangan konsumen dan selalu memperbaharui sertifikasi halal pada produk yang dijual sehingga kegiatan bisnisnya akan terus berkembang.

2. Peneliti menyarankan Rumah Makan Ayam Pak Usu mempunyai dokumen pendukung agar konsumen lebih percaya bahwa semua bahan makanan di Rumah Makan Ayam Pak Usu terbebas dari bahan-bahan yang haram.
3. Peneliti menyarankan Rumah Makan Ayam Pak Usu lebih memberikan informasi yang lebih jelas dan disertai bukti bahwa makan di Rumah Makan Ayam Pak Usu aman karena berlabel halal.
4. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan variabel-variabel lain dalam keputusan pembelian makanan halal agar mendapatkan penjelasan yang lebih komprehensif dan memperluas lagi objek yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Eri. 2013. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Wall's Conello. **Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan**. Vol. 1 No. 2, 2013, 169-178
- Angraeni, Zella. 2017. **Pengaruh Label Halal Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah**, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Bulan, Tengku Putri Lindung . 2016. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. **Jurnal Manajemen dan Keuangan**. Vol 05 (01) 430
- Departemen Agama.2003. **Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji, Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal**. Jakarta
- Ghozali, Imam.2011. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20**. Semarang:Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip (2000). **Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen**. Jakarta:Prenhalindo.
- Kotler, P & Amstrong. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller.2000. **Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu**. Erlangga : Jakarta
- Konoras, Abdurahman. 2017. **Jaminan Produk Halal diIndonesia**. PT RajaGrafindo Persada, Depok.

- Rangkuti, Ramadhan. 2010. **Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (Snack Merek Chitato)**. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Rao, purba (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. The Asian Manager (February-March)*.
- Sarwat, Ahmad. 2014.**Halal atau Haram**.PT Gramedia, Jakarta.
- Siregar, Sofiyan.2013.**Metode Penelitian Kuantitatif**.Kencana.Jakarta.
- Siregar, Sofiyan.2017.**Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif**.PT Bumi Aksara.Jakarta
- Stanton, Michael dan Bruce.1991.**Fundamentals Of Marketing**. McGraw-Hill Inc. United States of America.
- Sugiyono. 2016. **Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D**. Alfabeta, Bandung.
- Teti Indrawati Purnamasari, **Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan konsumen muslim di Indonesia**, Jurnal-Istinbath, No. 1 Vol 3 Desember 2005. Hlm48
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan.
- Widodo, Tri. 2015. **Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie**, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Labelisasi dan Sertifikasi Halal, 2016, dalam

<http://dhitanh1510.blogspot.com/2016/05/labelisasi-dan-sertifikasi->

[halal.html](#), diakses pada 29 Juni 2018