

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN BAHAN MAKANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN  
OLEH IBU RUMAHTANGGA MUSLIM DI PEKANBARU**

**NURRAHMI HAYANI<sup>1)</sup>**

**<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial Uin Suska Riau  
Jl. Subrantas Km. 15, Pekanbaru, 28293  
HP. 081378692245 e-mail : nurrahmi.hayani@uin-suska.ac.id**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine whether halal certification and food ingredients have a partial or simultaneous effect on food product purchasing decisions by Muslim housewives in Tampan Pekanbaru. The populations in this study were all Muslim housewives in the Air Putih subdistrict, Tampan District, Pekanbaru. The number of samples is 100 respondents. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis tool used in this study is multiple linear regression analysis. The results showed that the variables of halal certification and food ingredients had a significant influence on purchasing decisions on food products in housewives in Air putih sub-district, Tampan District, both partially and simultaneously. The contribution of decision variables for Halal and Food Certification to purchasing decisions is 33.5% and the remaining 66.5% is influenced by other variables not used in this study.*

**Keywords:** *halal certification, food ingredients, purchasing decisions*

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sertifikasi halal dan bahan makanan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh ibu rumahtangga muslim di kelurahan Air putih kec. Tampan Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh ibu rumahtangga muslim di kelurahan Air putih kecamatan Tampan Pekanbaru. Jumlah sampel adalah 100 orang responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa variabel sertifikasi halal dan bahan makanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan pada ibu rumahtangga di kelurahan Air putih Kecamatan Tampan Pekanbaru baik secara parsial maupun simultan. Kontribusi variabel keputusan Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 33,5% dan sisanya 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.*

**Kata Kunci :** *Sertifikasi Halal, Bahan Makanan, Keputusan Pembelian*

## **A. PENDAHULUAN**

Makanan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang mesti dipenuhi agar dapat menjalankan kehidupan sehari-hari dengan baik. Perbedaan jenis kelamin, usia, pekerjaan, keadaan, dan lainnya menyebabkan kebutuhan makanan setiap manusia itu berbeda. Tak dapat dipungkiri bahwa kehidupan kita tidak terlepas dari kegiatan pemenuhan kebutuhan makanan. Oleh karena itu, banyak perusahaan atau produsen yang berusaha memenuhi kebutuhan makanan tersebut dengan mengembangkan beragam jenis dan inovasi produk. Inovasi produk ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen yang diharapkan akan memilih produknya secara berkelanjutan.

Konsumen dapat melakukan berbagai cara dalam pemilihan produk makanan yang dianggap paling memenuhi kepuasannya. Kepuasan tidak hanya diperoleh dari kondisi fisik produk melainkan juga ketenangan batin yang dirasakan konsumen ketika mengkonsumsinya. Salah satunya adalah kepuasan yang disebabkan oleh perasaan tenang mengkonsumsi makanan yang telah dijamin bahan dan kehalalannya. Jaminan kehalalan makanan merupakan hal yang sangat sering dan urgen diperbincangkan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini disebabkan oleh jumlah mayoritas penduduk Indonesia merupakan muslim. Meskipun pada hakikatnya konsep makanan halal dan baik bukan hanya untuk umat Islam saja melainkan untuk masyarakat keseluruhan.

Konsep tentang makanan halal dan baik diatur dalam Alquran surat Al Baqarah ayat 168, dimana dalam ayat tersebut termaktub makanan halal dan baik untuk seluruh umat manusia.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِينٌ

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

Dalam ayat tersebut Allah telah memerintahkan manusia untuk hanya memakan makanan yang halal lagi baik. Halal disini berarti bahan atau jenis makanannya, sedangkan thayyib atau baik berarti kebersihan dan kesehatannya yang biasa disebut dengan higienis.

Secara global, permintaan konsumsi makanan halal meningkat secara pesat sejalan dengan ekspansi 2,1 miliar populasi muslim di seluruh dunia. Perkembangan pasar halal di seluruh dunia adalah sekitar USD 2,1 Triliun dan pada tahun 2011 diperkirakan bahwa perkembangan pasar untuk sektor makanan halal adalah USD 661 milyar (World Halal Forum, 2011).

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam terbesar di Asia Tenggara yakni sebesar 207.176.162 ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Indonesia dengan populasi penduduk mayoritas muslim merupakan pasar potensial yang besar bagi berbagai produsen barang dan jasa. Secara

umum konsumen muslim akan memiliki sikap yang positif terhadap produk-produk yang menggunakan pendekatan halal. Meskipun masing-masing konsumen muslim memiliki kadar kepatuhan terhadap syariah yang berbeda-beda.

*Halal appeal* yang ditampilkan disuatu produk merupakan satu daya tarik tersendiri dan identitas pembeda dari produk-produk sejenis yang menjadi pesaingnya. Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2014) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk.

Namun dari pra survey yang peneliti lakukan masih ada konsumen yang tidak begitu peduli mengenai bagaimana proses produksi suatu produk apakah memenuhi aturan Islam atau tidak. Masih banyak konsumen di Indonesia yang tetap membeli makanan di toko atau warung makan tanpa ada label halal yang dicantumkan pada warung tersebut ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)). Hal ini yang melatarbelakangi para pengusaha enggan mendaftarkan produk mereka untuk segera memiliki sertifikat halal.

Bahan makanan (*food ingredients*) adalah bahan-bahan yang digunakan dalam membuat suatu produk makanan. Bahan makanan menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen. Namun demikian beberapa hasil penelitian justru membuktikan bahwa komposisi atau bahan-bahan yang terdapat dalam produk berpengaruh negatif signifikan terhadap minat beli konsumen (Hussin, Hashim, Yusof dan Alias, 2013).

Di Indonesia, Badan Pengawas Obat dan Bahan Makanan (BPOM) mencatat, dalam kurun waktu 2011 hingga 2015 produk makanan yang tidak sesuai standar yang ditetapkan meningkat sekitar 35%. Diantaranya sejumlah zat berbahaya yang digunakan sebagai zat adiktif untuk makanan dan adanya kontaminasi mikrobial. Pada tahun 2013 sampai 2015, laporan tentang keracunan makanan yang serius meningkat dari 48 menjadi 61 kasus di 34 provinsi. Hal ini menegaskan bahwa kesadaran halal dan pemahaman tentang bahan makanan pada produk makanan yang akan dibeli semestinya sudah dimiliki konsumen sebelum memutuskan untuk memilih jenis produk makanan apa yang akan dikonsumsi.

Sebelum diresmikannya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) oleh Kementerian Agama pada 11 Oktober 2017 lalu, konsumen muslim di Indonesia dapat mencari sertifikasi halal otentik yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia). Sertifikasi ini memberikan kewenangan bagi perusahaan dalam penggunaan logo halal untuk dicetak pada kemasan produk atau untuk dipajang di premis perusahaan. Dalam perkembangannya dari tahun 2010 -2015, MUI sudah menerbitkan Sertifikasi Halal sebanyak 35.962, dengan jumlah produk mencapai 309.115 dengan jumlah perusahaan 33.905. LPPOM MUI sendiri memiliki Auditor Halal LPPOM MUI sebanyak 831 orang yang tersebar di seluruh Indonesia ([www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)).

Pekanbaru merupakan ibu kota provinsi Riau sekaligus kabupaten/kota yang memiliki populasi penduduk terbesar yakni sebanyak 1.163.246 jiwa dan hampir 90% masyarakatnya merupakan penganut agama Islam.

Kecamatan Tampan sebagai kecamatan terluas dan memiliki penduduk terbanyak di kota Pekanbaru yaitu berjumlah 175.634 jiwa masih mudah ditemukan produk makanan yang tidak memiliki label halal.

Secara ideal orang Islam yang memahami ajaran agamanya, mereka akan mudah mengedalikan perilaku pembeliannya karena sesuai dengan ajaran agama yang menganjurkan pemeluknya untuk tidak mengkonsumsi produk yang tidak halal dan dapat merusak tubuh.

Berdasar pada alur pemikiran yang telah dipaparkan di atas maka penelitian ini mengkaji pengaruh sertifikasi halal dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh ibu rumahtangga muslim di kecamatan Ttampn Pekanbaru.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Konsep Halal**

Kata "halal" dan "haram" merupakan istilah Al Quran dan ini digunakan dalam berbagai tempat dengan konsep berbeda, dan sebagiannya berkaitan dengan makanan dan minuman. Kedua kata tersebut juga digunakan dalam Hadis Nabi Muhammad Shalallahu alaihi Wasallam. Halal secara bahasa, artinya sesuatu yang dibolehkan menurut syariat.

Secara istilah, berarti setiap sesuatu yang tidak dikenakan sanksi penggunaannya atau sesuatu perbuatan yang dibebaskan syariat untuk dilakukan." Menurut Abû Ja.,far al-Tabârî (224-310 H), lafaz halâl berarti terlepas atau terbebas. Dari kalangan ulama kontemporer, seperti Yusuf al-Qaradhawî, mendefniskan halal sebagai sesuatu yang dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan.

Dari beberapa penjelasan tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan halal adalah sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat untuk (i) dilakukan, (ii) digunakan, atau (iii) diusahakan, karena telah terurai tali atau ikatan yang mencegahnya atau unsur yang membahayakannya dengan disertai perhatian cara memperolehnya, bukan dengan hasil muamalah yang dilarang.

Dasar yang digunakan untuk menunjukkan keharusan mengonsumsi makanan dan minuman, tumbuhan dan binatang/hewan yang telah halal lagi thayyib (baik) tercantum dalam Alquran dan Hadis. Contoh perintah untuk mengonsumsi dan memanfaatkan yang halal yaitu: al-Baqarah [2]: 168 dan 172, Q.s. al-Nahl [16]: 412, al- Mâidah [5]: 87 dan 88, al-Anfâl [8]: 69, al-Nahl [16]:114. Dalam ayat-ayat ini kata "halal" menjadi dasar perintah mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan thayyib.

Menurut MUI, syarat kehalalan sebuah produk adalah *pertama*, tidak mengandung DNA babi dan bahan- bahan yang berasal tradisional dari babi. *Kedua*, Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti; darah hewan. *Ketiga*, Semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih dengan syariat islam. *Keempat*, Semua tempat penyimpanan tempat penjualan pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk daging babi; jika pernah digunakan untuk daging babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang

diatur menurut syariat.

## **2. Sertifikasi Halal**

Sertifikasi halal merupakan jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama. Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau yang disebut LPPOM MUI adalah lembaga yang bertugas kuat untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan produk kosmetika apakah aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan dan dari sisi pengajaran agama islam yakni boleh atau boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat Muslim khususnya di wilayah Indonesia, selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada layanan masyarakat

Pembentukan LPPOM MUI didasarkan atas mandat dari Pemerintah/negara agar Majelis Ulama Indonesia (MUI) berperan aktif dalam meredakan kasus lemak babi di Indonesia pada tahun 1988. LPPOM MUI didirikan pada tanggal 6 Januari 1989 untuk melakukan pemeriksaan dan sertifikasihalal.

Untuk memperkuat posisi LPPOM MUI menjalankan fungsi sertifikasi halal, maka pada tahun 1996 ditandatangani Nota Kesepakatan Kerjasama antara Departemen Agama, Departemen Kesehatan dan MUI. Nota kesepakatan tersebut kemudian disusul dengan penerbitan Keputusan Menteri Agama (KMA) 518 Tahun 2001 dan KMA 519 Tahun 2001, yang menguatkan MUI sebagai lembaga sertifikasi halal serta melakukan pemeriksaan/audit, penetapan fatwa, dan menerbitkan sertifikat halal.

Dalam proses dan pelaksanaan sertifikasi halal, LPPOM MUI melakukan kerjasama dengan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (Badan POM), Kementerian Agama, Kementerian Pertanian, Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta sejumlah perguruan Perguruan Tinggi di Indonesia antara lain Institut Pertanian Bogor (IPB), Universitas Muhammadiyah Dr. Hamka, Universitas Djuanda, UIN, Univeristas Wahid Hasyim Semarang, serta Universitas Muslimin Indonesia Makasar. Sedangkan kerjasama dengan lembaga telah terjalin dengan Badan Standarisasi Nasional (BSN), Kadin Indonesia Komite Timur Tengah, GS1 Indonesia, dan Research in Motion (Blackberry). Khusus dengan Badan POM, sertifikat halal MUI merupakan persyaratan dalam pencantuman label halal pada kemasan untuk produk yang beredar di Indonesia.

Kini, dalam usianya yang ke-28 tahun, LPPOM MUI semakin menunjukkan eksistensinya sebagai lembaga sertifikasi halal yang kredibel, baik di tingkat nasional maupun internasional. Sistem sertifikasi dan sistem jaminan halal yang dirancang serta diimplementasikan oleh LPPOM MUI telah pula diakui bahkan juga diadopsi oleh lembaga-lembaga sertifikasi halal luar negeri, yang kini mencapai 42 lembaga dari 25 negara (halalmui.org)

Menurut penelitian Zailani, Omar, dan Kepong (2011) menyatakan sertifikasi halal sebagai bentuk pengujian terhadap makanan mulai dari persiapan, penyembelihan, pembersihan, proses, perawatan, pembasmian kuman, penyimpanan, pengangkutan, sebaik mungkin sebaik praktik manajemennya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal (*halal certification*) adalah persoalan pokok yang berasal dari prinsip agama Islam dan prosedur yang membuktikan bahwa suatu produk harus bagus, aman, dan pantas untuk dikonsumsi umat muslim. Sertifikasi halal menjamin keamanan suatu produk agar bisa dikonsumsi umat muslim.

Berdasarkan Peraturan pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang label halal dan iklan menyebutkan label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan.

Berikut adalah label halal resmi dari MUI :



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

### **3. Bahan Makanan (*Food Ingredients*)**

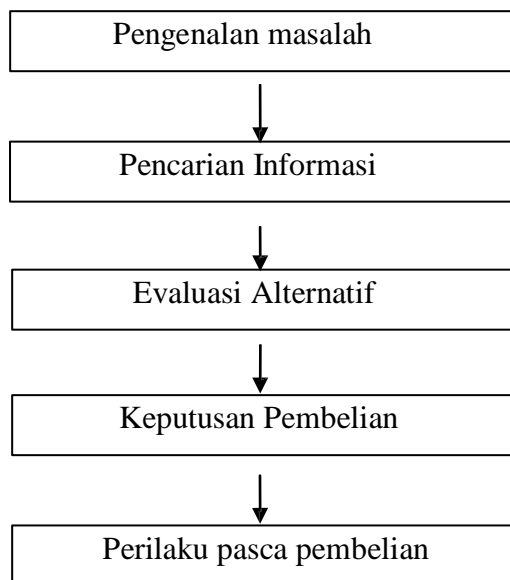
Bahan makanan adalah bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam produk makanan. Dalam perspektif Islam, bahan produk dapat mencakup beberapa isu yang perlu dipertimbangkan yaitu perhatian konsumen pada bahan dan kualitas serta keamanan isi makanan. Itulah sebabnya pengetahuan tentang bahan produk menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih produk. Dalam pemikiran Islam, makanan halal tidak hanya persoalan tentang mengandung bagian hewan yang tidak halal untuk dimakan atau digunakan oleh umat Islam. Namun, ada juga kriteria tertentu yang harus dianggap seperti makanan halal juga mencakup aspek keselamatan dan kualitas yang sangat terkait dengan penanganan, pengolahan, peralatan, alat bantu pengolahan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi dan ritel (Ardayanti, Nashril & Helmi, 2013)

#### **4. Keputusan Pembelian**

Keputusan Pembelian Konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya.

Keputusan pembelian menurut Kotler (2009), adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pascapembelian. Pengertian lain tentang Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2000) adalah “*the selection of an option from two or alternative choice*”. Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.



Gambar 2 : Proses Pengambilan Keputusan Konsumen (Tjipjono 2001)

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan air Putih Kecamatan Tampan Pekanbaru pada bulan Februari hingga Juli 2018. Populasi yang menjadi penelitian disini adalah seluruh ibu rumah tangga yang beragama islam di Kelurahan Air putih Kecamatan Tampan Pekanbaru pada tahun 2017. Pada penelitian ini jumlah ibu rumahtangga muslim tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan formula Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui. sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah  $96,04 = 100$  orang sehingga pada penelitian ini penulis mengambil data dari sampel sejumlah 100 orang.

Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu salah satu teknik sampling *non random sampling*. Teknik ini dipilih karena populasi dan sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut yaitu merupakan Ibu rumahtangga yang merupakan konsumen atau pengguna produk makanan halal yang berusia lebih dari 17 tahun dan berdomisili di Kelurahan Air Putih Kecamatan Tampan Pekanbaru.

Penelitian ini menggunakan instrumen angket atau kuesioner. Data dikumpulkan dari para responden dengan menggunakan kuesioner dengan skala *Likert* yang nantinya digunakan untuk mengukur pengaruh sertifikasi halal dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh ibu rumhatangga muslim di Kelurahan Air putih Kecamatan Tampan Pekanbaru. Instrumen penelitian ini berisi sebanyak 31 item butir pernyataan yang diperoleh dari penelitian sebelumnya sebagaimana dijelaskan pada kisi instrumen pada tabel berikut :

Variabel	Indikator
1. Sertifikasi Halal (Sumber: Shaari dan Arifin, 2010)	<p>Terdapat logo halal dalam kemasan produk makanan adalah hal yang penting</p> <p>Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan</p> <p>Saya akan memilih produk berdasarkan ada tidaknya logo halal</p> <p>Saya akan berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal</p> <p>Saya akan tetap membeli produk dari negara lain yang berlogo halal</p> <p>Saya mengetahui logo halal otentik dari MUI Saya dapat membedakan mana logo halal otentik dari MUI dan logo halal yang tidak otentik</p> <p>Saya mengetahui bahwa beberapa produk mendapat sertifikasi halal dari negara lain</p> <p>Saya merasa aman mengkonsumsi produk berlogo halal</p> <p>Saya tetap akan membeli produk halal tanpa mempertimbangkan perusahaan apa yang</p>



	<p>memproduksi                  Saya tidak mempermasalahkan lembaga yang membuat logo halal                  Saya lebih memilih produk makanan berlogo halal dari pada produk yang tidak memiliki logo halal                  Produk berlogo halal tidak mengandung najis                  Produk bersertifikat halal berkualitas                  Saya tidak ragu untuk mengkonsumsi makanan berlogo halal                  Produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat                  Produk berlogo halal telah lolos tes uji halal oleh MUI</p>
<p>2. Bahan makanan                  (sumber: Yunus, Rashid, Ariifin, Rashid (2014))</p>	<p>Saya selalu sadar dengan komposisi atau bahan-bahan yang digunakan dalam membuat produk makanan.                  Informasi kandungan/komposisi bahan yang ada dalam pelabelan makanan adalah sangat penting                  Mengetahui bahwa beberapa produk makanan addiktive mengandung bahan bahan tidak halal.                  Saya tidak akan membeli bahan-bahan makanan yang asing atau mencurigakan kehalalannya                  Penggunaan istilah yang mudah dipahami terhadap bahan-bahan yang terkandung pada produk mempengaruhi niat beli                  Sebuah istilah kompleks yang digunakan untuk menggambarkan suatu bahan pada produk sulit untuk dimengerti</p>
<p>3. Keputusan pembelian                  (Kotler 2011)</p>	<p>Bahan asing yang digunakan dalam produk akan memicu kecurigaan terhadap ‘kehalalan’ suatu produk                  Bahan-bahan yang dipakai dalam suatu produk mencerminkan keamanan dan kualitas produk halal</p> <p>Produk makanan halal sangat dibutuhkan Sertifikasi halal dan bahan makanan adalah pertimbangan utama saya dalam pemilihan produk makanan                  Pengalaman pribadi adalah pedoman dalam memilih produk makanan                  Sertifikasi halal memberikan informasi tentang jaminan dan mutu produk.                  Mengevaluasi produk lain yang ada di pasaran</p>

	Keputusan pembelian setelah pertimbangan sertifikasi halal dan komposisi bahan Konsumsi produk yang memiliki sertifikasi halal memuaskan Melakukan pembelian ulang terhadap produk Merekomendasikan produk kepada orang lain
--	---

Analisis data diawali dengan uji kualitas data berupa uji validitas, realibilitas dan reabilitas. Lalu dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas dan uji Heteroskedastitas serta uji Autokorelasi. Regresi linier berganda dan uji T, Uji F dan lainnya digunakan untuk melihat pengaruh sertifikasi halal dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian produk makanan oleh ibu rumahtangga muslim di kelurahan air putih kecamatan Tampan Pekanbaru.

**D. PEMBAHASAN DAN HASIL**

Karakteristik responden penelitian ini dapat dikelompokkan yaitu :

- a. Berdasarkan Usia  
Jumlah responden yang berusia 26 hingga 40 tahun adalah sebanyak 59 Orang  
Diikuti oleh 28 orang yang berusia lebih dari 40 tahun lalu 17 orang berusia diantara 17 sampai 25 tahun.
- b. Berdasarkan pekerjaan  
Penelitian ini melibatkan 2 orang ibu rumahtangga yang bekerja sebagai PNS dan 4 orang sebagai wiraswasta. 80 orang berprofesi sebagai ibu rumahtangga dan sisanya sebanyak 14 orang melakukan jenis pekerjaan lainnya.
- c. Berdasarkan jumlah anak  
Sebanyak 30 orang responden menyatakan memiliki 2 orang anak , diikuti 23 orang memiliki 3 anak dan hanya 2 orang responden yang memiliki 6 orang anak.

Dari berbagai uji analisis, instrumen penelitian ini adalah valid dan *realible*, datanya berdistribusi normal,tidak ada gejala multikolinieritas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas maupun gejala autokorelasi. Berdasarkan hasil penelitian, persamaan dalam analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.871	4.623		1.919	.058
	Sertifikasi halal	.201	.069	.250	2.901	.005
	Bahan makanan	.559	.105	.459	5.334	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber: Data Olahan SPSS 17*

Formulasi model regresi linear berganda yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 8.871 + 0,201X_1 + 0,559X_2 + e$$

Artinya :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 8,871. Artinya adalah apabila variabel Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan diasumsikan bernilai nol (0), maka keputusan konsumen sebesar 8,871
2. Nilai koefisien regresi 0,201 menyatakan bahwa jika variabel Sertifikasi Halal mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,201 satuan.
3. Nilai koefisien regresi 0,559 menyatakan bahwa jika variabel Bahan Makanan mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,559 satuan.
4. Standar eror (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

#### **Uji Secara Parsial (Uji T)**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t yang di dapat dari perhitungan dengan nilai t yang ada pada tabel dengan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar 5% dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka,  $H_0$  ditolak dan hipotesa alternative ( $H_1$ ) diterima.
- b. Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka,  $H_0$  diterima dan hipotesa alternative ( $H_1$ ) ditolak.

Dalam penelitian ini di dapat t statistic sebagai berikut :

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.871	4.623		1.919	.058
1 Sertifikasi halal	.201	.069	.250	2.901	.005
Bahan makanan	.559	.105	.459	5.334	.000

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui sebagai berikut :

1. Pengaruh *Sertifikasi Halal* terhadap keputusan konsumen menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  (2,901) >  $t_{tabel}$  (1,985) dengan nilai signifikan yang dihasilkan

sebesar  $0,005 < 0,05$  , hal ini menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumahtangga Muslim Di Kelurahan Air Putih Kec.Tampan Pekanbaru.

2. Pengaruh Bahan Makanan terhadap keputusan konsumen menunjukkan nilai  $t_{hitung} (5,334) > t_{tabel} (1,985)$  dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa Bahan Makanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumahtangga Muslim Di Kelurahan Air Putih Kec.Tampan Pekanbaru.

#### **Uji Secara Simultan (Uji F)**

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Caranya adalah dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dimana artinya semua variabel X bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y. Berdasarkan uji regresi yang dilakukan, diperoleh nilai f hitung sebagai berikut :

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Si g.
Regression	486.602	2	243.301	24.446	.000 <sup>b</sup>
Residual	965.398	97	9.953		
Total	1452.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Bahan makanan, Sertifikasi halal

Dari tabel diatas diketahui F hitung sebesar 24,446 dengan signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh dari F tabel statistik sebesar 3,09. Dengan demikian diketahui  $F_{hitung} (24,446) > F_{tabel} (3,09)$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumahtangga Muslim Di Kelurahan Air Putih Kec.Tampan Pekanbaru.

#### **Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terganggunya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terganggunya. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 <sup>a</sup>	.335	.321	3.155

a. Predictors: (Constant), Bahan makanan, Sertifikasi halal

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,335 atau 33,5% ini berarti variabel keputusan konsumen dipengaruhi oleh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan sebesar 33,5% dan sisanya 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah penulis laksanakan terkait pengaruh sertifikasi halal dan bahan makanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumahtangga Muslim Di Kelurahan Air Putih Kec.Tampar Pekanbaru maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Sertifikasi Halal berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumahtangga Muslim Di Kelurahan Air Putih Kec.Tampar Pekanbaru. Hal ini diketahui dari nilai  $t_{hitung} (2,901) > t_{tabel} (1,985)$  dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar  $0,005 < 0,05$ .
2. Pengaruh Bahan Makanan terhadap keputusan konsumen menunjukkan nilai  $t_{hitung} (5,334) > t_{tabel} (1,985)$  dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa Bahan Makanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumahtangga Muslim Di Kelurahan Air Putih Kec.Tampar Pekanbaru.
3. Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumahtangga Muslim Di Kelurahan Air Putih Kec.Tampar Pekanbaru. Hal ini diketahui dari F hitung sebesar 24,446 dengan signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh dari F tabel statistik sebesar 3,09. Dengan demikian diketahui F hitung  $(24,446) > F_{tabel} (3,09)$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
4. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,335 atau 33,5% ini berarti variabel keputusan konsumen dipengaruhi oleh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan sebesar 33,5% dan sisanya 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### **REFERENSI**

- [1] Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. (2012). The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819-1830.
- [2] Ardayanti, A., Nashril, T.T. A, & Helmi, A. (2013), A Study on Halal Food Awareness among Muslim Customers in Klang Valley, 4<sup>th</sup> International Conference on Business and Economic Research, Bandung, Indonesia, paper 1073.

- [3] Departemen Agama RI, Al- Qur'an Terjemahan, 2004. Jakarta: CV Pundi Aksara.
- [4] Hussin, S. R., Hashim. H., Yusuf, R. N. dan Alias, N. N., 2013, Relationship Between Product Factors, Advertising, and Purchase Intention of Halal Cosmetic, *Pertanika Journals Social Sciences and Humanities*, Vol. 21 (S):85-100.
- [5] J. A. Shaari, & N. S. Mohd Ariffin, 2010. Dimension of Halal Purchase Intention. *International Preview of Business Research Papers* () 6, 444-456. Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2004), *Principles of Marketing*, (10th Ed), Pearson Prentice Hall , New Jersey.
- [6] Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- [7] Muhammad Rawas Qal'ajî dan Muhammad Shâdiq Qanaybî, *Mu'jam Lughah al- Fuqahâ*, (Bayrût: Dâr al-Fikr, 1405H-1985M), Cet. I, h. 184.
- [8] Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK
- [9] Setiadi Nugroho. 2005. *Perilaku Konsumen; Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Prenada Media
- [10] Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., Rashid, N. M. (2013). "Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer." *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol 130, 2014, 145 – 154
- [11] Zailani, S., Omar, A., & Kopong, S. (2011). An exploratory study on the factors influencing the non-compliance to Halal among hoteliers in Malaysia. *International Business Management*, 5(1), 1-12.