

SKRIPSI

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)



Disusun Oleh:

**Muhammad Rayyan
NIM. 200602005**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025M/1447H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Muhammad Rayyan

NIM : 200602005

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

AR - RANIRY

Banda Aceh, 30 Juli 2025

Yang Menyatakan



(Muhammad Rayyan)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Muhammad Rayyan

NIM: 200602005

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada

Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

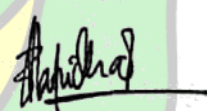
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Fithriady, L.C., M.A.
NIP. 198008122006041004

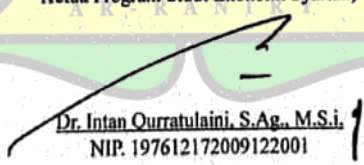
Pembimbing II



Hafidhah, SE., M.Si., AK., CA.
NIP. 198210122023212028

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,


Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.Si.
NIP. 197612172009122001

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)

Muhammad Rayyan

NIM: 200602005

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi
Syariah

Pada Hari/Tanggal: 30 Juli 2025 M
Rabu, 5 Shafar 1447 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Dr. Fithriady LC., M.A.
NIP. 198008122006041004

Sekretaris

Hafidhah, SE., M.Si., AK, CA
NIP. 198210122023212028

Penguji I

Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I.
NIP. 197612172009122001

Penguji II

Hafizh Maulana, SP, S.HI, ME
NIDN. 2006019002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Farqani, M. Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Rayyan
NIM : 200602005
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : 200602005@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir

☐ KRU

☒ Skripsi

yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

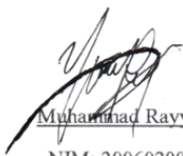
Pada tanggal : 11 Agustus 2025

Mengetahui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Penulis


Muhammad Rayyan

NIM: 200602005


Dr. Fithriady L.C., M.A.

NIP. 198008122006041004


Hafidhah, SE., M.Si., AK. CA

NIP. 198210122023212028

KATA PENGANTAR



AlhamdulillahRabbil'alamin,

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta anugerah yang tiada terkira, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW beserta sahabat yang telah mengajarkan kita suri tauladan, dan yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman modern seperti yang kita rasakan sekarang dengan kemudahannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan, doa, dukungan, usaha, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak, tanpa itu semua penulis menyadari tidak mungkin menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tidak terhingga terutama kepada:

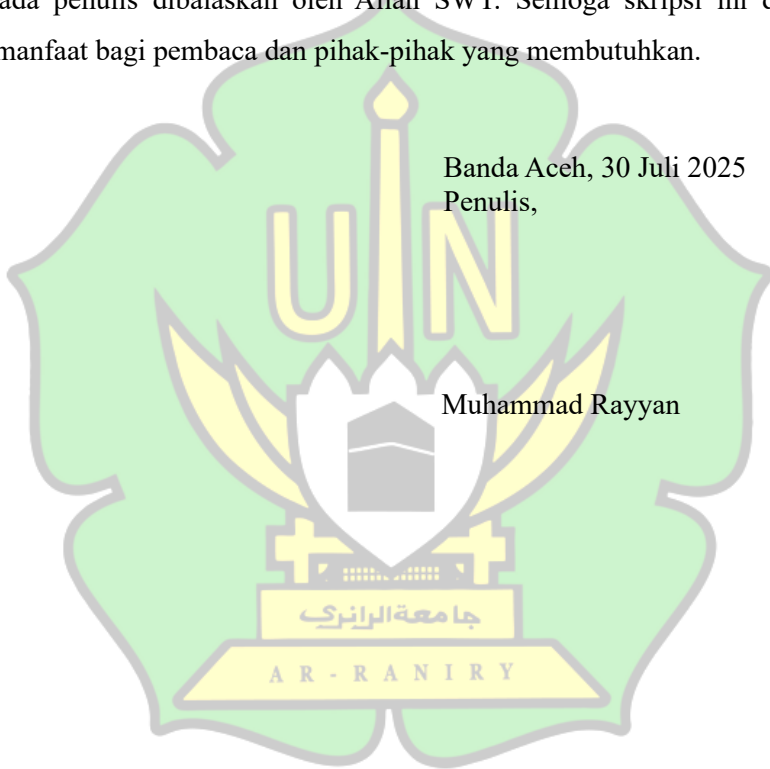
1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Intan Quratulaini, S.Ag., M.S.I. dan Muksal S.E.I., M.E.I selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Fithriady, LC., M.A. selaku pembimbing I dan Hafidhah, SE., M.Si., AK. CA selaku pembimbing II yang tak bosan-bosannya memberikan arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Dr. Fithriady, LC., M.A. selaku Penasehat Akademik (PA) Penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh Staf dan Dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah selama proses belajar mengajar.
6. Teristimewa kepada kedua Orangtua saya Ayahanda Munir Wahab dan ibunda Rabiah, adik saya Zuyyin Zafirah, Aina Zahra dan pacar saya Maulida Maghfirah yang selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya, semangat dan motivasi serta doa yang tiada hentinya.
7. Kepada sahabat-sahabat saya Rijalul Fahmi, Muhammad Sulthan, Khairun Nazar, Ahmad Ikhwan Mencerlo, Muhammad Rifqi Atthoriq, Muhammad Aslan Maulana, Yusrizal Mustary, Hammadi Khairi, Muhammad Zamzami, dan Asawir.

8. Kepada seluruh pihak terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan demi kelancaran penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 30 Juli 2025
Penulis,

Muhammad Rayyan



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
ِ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف

:

kaifa

هول

:

haul

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
َ / ا	<i>Fathah dan alif</i> atau ya	Ā
ِ ي	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
ُ و	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	:	<i>Rauḍah al-atfāl/ raudatulatfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	:	<i>Al-Madīnah al-Munawwarah/</i> <i>alMadīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَة	:	<i>Talḥah</i>

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Rayyan

Nim : 200602005

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)

Pembimbing I : Dr. Fithriady, LC., M.A.

Pembimbing II : Hafidhah, SE., M.Si., AK. CA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh. Fokus penelitian mencakup faktor sosial, budaya, label halal, dan harga. Hal ini dilatar belakangi oleh meningkatnya kesadaran konsumen Muslim terhadap pentingnya kehalalan produk makanan, baik dari segi agama maupun kualitas dan keamanan produk. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan menggunakan bantuan *software* SmartPLS. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Banda Aceh sebanyak 158 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, faktor sosial, budaya, label halal, dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal. Secara simultan, keempat variabel tersebut secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian produk makanan berlabel halal. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, khususnya bagi konsumen Muslim, pelaku usaha, dan pemangku kebijakan dalam mendorong konsumsi produk halal yang aman dan berkualitas.

Kata Kunci: Faktor Sosial, Faktor Budaya, Label Halal, Harga, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	iiv
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
 BAB I	 1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Praktis (Operasional).....	13
1.4.2 Manfaat Teoritis (Akademis).....	13
1.5 Sistematika Penulisan	14

BAB II.....	16
LANDASAN TEORI	16
2.1 Keputusan Pembelian	16
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4 Tahap Keputusan Pembelian	23
2.1.5 Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam	25
2.2 Faktor Sosial	28
2.2.1 Pengertian Faktor Sosial.....	28
2.2.2 Indikator Faktor Sosial	29
2.3 Faktor Budaya	31
2.3.1 Pengertian Faktor Budaya	31
2.3.2 Indikator Faktor Budaya.....	32
2.4 Label Halal	33
2.4.1 Pengertian Label Halal	33
2.4.2 Indikator Label Halal.....	35
2.4.3 Sertifikasi Halal	37
2.5 Harga	39
2.5.1 Pengertian Harga	39
2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Harga	41
2.5.3 Indikator Harga.....	43
2.5.4 Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam	44
2.6 Produk Makanan.....	46

2.6.1	Kriteria Makanan Halal Menurut Islam	48
2.7	Penelitian Terkait	52
2.8	Kerangka Berpikir	63
2.8.1	Hubungan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	63
2.8.2	Hubungan Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian	64
2.8.3	Hubungan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	65
2.8.4	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	66
2.9	Hipotesis	69
BAB III		72
METODOLOGI PENELITIAN		72
3.1	Jenis Penelitian	72
3.2	Lokasi Penelitian	73
3.3	Populasi dan Sampel	73
3.3.1	Populasi	73
3.3.2	Sampel	74
3.4	Sumber Data	75
3.5	Teknik Pengumpulan Data	76
3.6	Operasional Variabel	77
3.7	Skala Pengukuran	81
3.8	Teknik Analisis Data	82
3.8.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	83
3.8.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	85
3.8.3	Pengujian Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>)	86

BAB IV	87
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	87
4.1.1 Profil Kota Banda Aceh.....	87
4.1.2 Kondisi Geografis Kota Banda Aceh.....	89
4.2 Karakteristik Responden.....	90
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	92
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan...	93
4.3 Analisis Deskriptif.....	95
4.3.1 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Sosial (X1).....	95
4.3.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Budaya (X2)	96
4.3.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Label Halal (X3).....	97
4.3.4 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Faktor Harga (X4)	99
4.3.5 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	100
4.4 Hasil Penelitian.....	102
4.4.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	102
4.4.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	111
4.4.3 Uji Hipotesis (Resampling Bootstrapping)	113
4.5 Pembahasan	117

4.5.1	Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal.....	117
4.5.2	Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal.....	118
4.5.3	Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal.....	121
4.5.4	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal.....	125
4.5.5	Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Budaya, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal	127
BAB V		128
PENUTUP		128
5.1	Kesimpulan.....	128
5.2	Saran	129
DAFTAR PUSTAKA		130
LAMPIRAN		139

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait	58
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	79
Tabel 3.2 Skala Likert.....	81
Tabel 4.1 Luas Wilayah Kota Banda Aceh Berdasarkan Kecamatan	90
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	92
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	93
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	94
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Faktor Sosial (X1)	95
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Faktor Budaya (X2).....	96
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Faktor Label Halal (X3).....	97
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Faktor Harga (X4)	99
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	100
Tabel 4.11 Nilai Loading Factor (λ)	105
Tabel 4.12 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	107
Tabel 4.13 Cross Loading	108
Tabel 4.14 Nilai korelasi antar konstruk dengan nilai akar kuadrat AVE	110
Tabel 4.15 Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability	111
Tabel 4.16 Nilai R-Square (R ²).....	112
Tabel 4.17 Nilai Effect size f-square (F ²)	113
Tabel 4.18 Pengujian Hipotesis	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Label Halal.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	68
Gambar 3.1 Hasil Penghitungan Besar Sampel	75
Gambar 4.1 Outer Model Sebelum Outlier	103
Gambar 4.2 Outer Model Sesudah Outlier	104
Gambar 4.3 Gambar Bootstrapping.....	114



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	139
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	148
Lampiran 3 Hasil Output Penelitian	174



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Produk makanan berlabel halal telah menjadi kebutuhan penting di masyarakat, khususnya di daerah dengan mayoritas penduduk muslim seperti Kota Banda Aceh. Label halal tidak hanya sekedar simbol keagamaan, melainkan juga mencerminkan dari segi kualitas, keamanan, dan kepercayaan terhadap produk yang dikonsumsi. Oleh karena itu, label halal memiliki dampak yang besar terhadap pola konsumsi masyarakat. Keputusan konsumen dalam memilih produk makanan dipengaruhi oleh beragam faktor, diantaranya adalah keberadaan label halal. Label ini tidak hanya berfungsi sebagai penanda kepatuhan terhadap syariat Islam, tetapi juga menggambarkan aspek kualitas, keamanan, dan etika dalam proses produksi. Bagi masyarakat muslim, label halal merupakan elemen penting yang membangun kepercayaan dan memengaruhi preferensi konsumen. Di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi makanan halal terus meningkat. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan industri halal yang kini mencakup berbagai sektor, seperti makanan, minuman, serta jasa terkait (Ihsana et al., 2021).

Keputusan pembelian merupakan suatu proses psikologis di mana konsumen mengevaluasi serta mempertimbangkan berbagai informasi yang diperoleh untuk menentukan pilihan terhadap produk atau layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam proses ini, konsumen cenderung memperhatikan sejumlah faktor penting, seperti kualitas produk, harga yang ditawarkan, serta tingkat popularitas atau pengenalan produk di masyarakat (Wulandari & Mulyanto, 2024). Adapun indikator dalam keputusan pembelian diantaranya yaitu: Kestabilan suatu produk adalah suatu keputusan yang diambil oleh konsumen sesudah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung keputusan tersebut. Kebiasaan dalam membeli suatu produk sering kali dipengaruhi oleh pengalaman dari orang-orang terdekat, seperti orang tua atau saudara, yang sebelumnya telah menggunakan produk tersebut. Rekomendasi yang diberikan kepada orang lain adalah bentuk penyampaian informasi positif, yang bertujuan untuk menarik minat mereka agar melakukan pembelian. Melakukan pembelian ulang terjadi ketika konsumen merasa puas dan nyaman dengan produk atau layanan yang telah mereka terima, sehingga mendorong pembelian yang berkelanjutan (Murni & Fajrina, 2021).

Perkembangan ekonomi dan modernisasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat di Kota Banda Aceh. Saat ini, semakin banyak orang yang memilih produk makanan yang praktis, siap saji, dan mudah diakses baik di pasar swalayan maupun melalui platform online. Namun, perubahan tersebut memunculkan kekhawatiran

mengenai transparansi bahan baku, proses produksi, dan kehalalan produk makanan. Situasi ini mendorong konsumen untuk menjadi lebih cermat dan selektif dalam memilih produk berlabel halal sebagai jaminan keamanan serta kualitas makanan. Selain itu, perkembangan tren gaya hidup sehat turut memperkuat preferensi masyarakat terhadap produk berlabel halal, sebab label halal sering kali dikaitkan dengan standar kebersihan, keamanan, serta bebas dari bahan berbahaya. Meningkatnya kesadaran konsumen mengenai keamanan pangan membuat mereka semakin menyadari pentingnya proses produksi makanan yang aman, transparan, serta sesuai standar. Sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh lembaga resmi seperti MUI (Majelis Ulama Indonesia) menjadi salah satu bentuk jaminan mengenai kualitas dan keamanan produk tersebut. Maraknya kasus makanan yang mengandung bahan tambahan berbahaya seperti pengawet, pewarna, dan bahan non-halal, masyarakat di Kota Banda Aceh semakin memprioritaskan label halal sebagai peninjauan utama saat membeli makanan, baik dari produk lokal atau impor. Globalisasi telah membawa banyak produk impor ke pasar, yang menimbulkan tantangan bagi konsumen lokal dalam mengetahui mana produk yang memiliki sertifikasi halal dan mana yang tidak. Tidak semua produk makanan dari luar negeri memiliki sertifikasi halal yang diakui di Indonesia, sehingga masyarakat dituntut untuk lebih teliti dan waspada dalam memastikan kehalalan produk yang mereka konsumsi (Husin et al., 2021).

Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat usia produktif di Kota Banda Aceh, yaitu penduduk yang berada pada rentang usia 15 hingga 64 tahun. Objek ini dipilih karena kelompok usia ini merupakan segmen utama dalam aktivitas konsumsi, termasuk dalam pengambilan keputusan pembelian produk makanan. Berdasarkan data kependudukan, Pada tahun 2023, jumlah penduduk usia 15–64 tahun di Kota Banda Aceh tercatat sebanyak 168.858 jiwa. Pada tahun 2024, jumlah ini meningkat menjadi 180.383 jiwa. Peningkatan jumlah penduduk usia produktif sebesar 11.525 jiwa atau sekitar 6,8% menunjukkan adanya tren pertumbuhan yang berpotensi meningkatkan konsumsi, termasuk konsumsi produk makanan berlabel halal.

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami bagaimana masyarakat Banda Aceh mempertimbangkan label halal serta faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian produk makanan. Pasar makanan di Banda Aceh mencakup produk lokal, nasional, hingga internasional, dengan beragam label halal dan variasi harga. Keberagaman ini memberikan peluang ideal untuk mengamati perilaku konsumen dalam menentukan pilihan produk. Penelitian ini bertujuan untuk memahami apakah konsumen lebih mengandalkan kepercayaan pada label halal atau sekadar mengikuti asumsi dan kebiasaan dalam keputusan pembelian mereka.

Berdasarkan hasil wawancara awal penulis mewawancarai 3 orang konsumen yang berada dikawasan Peunayong, Kecamatan Kuta Alam, Kota Banda Aceh terkait dengan perilaku konsumsi mereka. Menurut saudari Aina Zahra sebagai konsumen Mie Warkop Jaya, bahwa perilaku konsumsi yang dilakukan oleh beliau memiliki kebiasaan untuk menanyakan terlebih dahulu makanan yang ingin dikonsumsi halal atau tidak, dan melihat keadaan kemasannya apakah kemasan yang dipakai bersih maka beliau akan membeli produk tersebut dan mengonsumsinya.

Ghufran Zumar beliau menuturkan bahwa saat ingin membeli sesuatu beliau mengakui bahwa ia tidak terlalu teliti dalam memperhatikan atau memeriksa label halal pada makanan yang ingin dikonsumsi, contohnya seperti roti, beliau hanya memeriksa dari segi tanggal kedaluwarsa produk tersebut, penampilan dari kemasan roti apakah masih bagus atau tidak dan rasa dari produk yang ingin dibelinya.

Dan Muhammad Sulthan juga menyampaikan pandangan serupa, bahwa dalam aktivitas membeli dan mengonsumsi produk makanan, beliau mengakui kurang cermat dalam memperhatikan maupun memeriksa keberadaan label halal pada produk yang dibeli dan mengonsumsinya, contohnya seperti produk es campur afuk. Apabila akan membeli cuma melihat keramaian pelanggan yang berada di tempat tersebut dan menanyakan terkait dengan cita rasa

dari es campur tersebut, jika menurut beliau produk tersebut layak untuk dibeli maka beliau akan membeli dan mengonsumsinya.

Topik penelitian ini membahas keputusan pembelian produk makanan berlabel halal, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti sosial, budaya, label halal serta harga. Penelitian ini relevan pada kebutuhan pasar saat ini, khususnya di kalangan pembeli Muslim yang sangat memerhatikan faktor kehalalan pada setiap barang yang mereka konsumsi. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang telah melakukan penelitian mengenai topik ini, tetapi pada penelitian tersebut menunjukkan hasil yang berbeda, seperti penelitian yang dilakukan oleh Millatina et al., (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Putri & Faizi (2023) menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Hasil regresi yang telah diuji menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, yang membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Hamida & Amron (2022) hasil penelitiannya membuktikan bahwa variabel faktor sosial & faktor budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor sosial adalah sekumpulan individu yang secara kolektif mempertimbangkan kesamaan dalam status atau penghormatan komunitas, baik dalam konteks formal maupun

informal. Pengaruh faktor sosial ini terlihat dari hubungan seseorang dengan teman, keluarga, dan orang tua, yang berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Semakin erat hubungan seseorang dengan teman, keluarga, serta orang tua, bertambah besar kemungkinan mereka untuk membuat keputusan pembelian. Konsumen seringkali membeli beragam produk tertentu berlandaskan kesadaran akan keanggotaan dalam kelas sosial yang berhubungan dengan gaya hidup mereka, termasuk kepercayaan, sikap, aktivitas, dan perilaku bersama. Hal ini cenderung membuat setiap kelas sosial memiliki karakteristik yang membedakannya dari kelas sosial lainnya. Kelas sosial dapat dipahami sebagai bentuk segmentasi yang bersifat tingkatan dan alami, karena aspek tingkatannya sangat penting bagi pemasar dan produsen dalam menentukan target konsumen untuk produk yang mereka tawarkan, baik itu untuk kelas atas, menengah, maupun bawah. Meskipun demikian, ketidakadilan dan jarak antar konsumen menjadi terlihat dengan jelas, namun hal ini merupakan bagian dari segmentasi yang alami, karena semua itu telah terbentuk secara alami dalam masyarakat (Hudani, 2020).

Faktor budaya memiliki peran penting dalam membentuk perilaku dan keinginan individu, karena berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan manusia. Budaya dapat diamati melalui keyakinan, pandangan, dan kebiasaan pelanggan terhadap suatu produk. Bertambah kuat keyakinan pelanggan terhadap suatu produk, bertambah besar juga kemungkinan mereka untuk memutuskan

melakukan pembelian (Fajri, 2023). Budaya adalah suatu kesatuan yang mencakup pengetahuan, keyakinan, seni, hukum, moral, kebiasaan, serta keterampilan lain yang dimiliki oleh seseorang sebagai bagian dari masyarakat. Dalam konteks perilaku konsumen, budaya dapat diartikan sebagai kumpulan keyakinan, nilai, dan kebiasaan yang dipelajari oleh suatu kelompok masyarakat, yang turut membimbing perilaku konsumsi mereka. Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Kebudayaan merupakan faktor mendasar yang menentukan keinginan dan perilaku individu. Setiap kebudayaan terdiri dari berbagai sub-budaya yang lebih kecil, yang membagikan identitas dan proses sosialisasi yang lebih khusus kepada setiap anggotanya. Sub-budaya mencakup aspek seperti kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Selain itu, peran kelas sosial juga memiliki pengaruh penting. Kelas sosial adalah kumpulan atau kategori pada masyarakat yang cukup seragam serta tetap, terstruktur secara tingkatan, di mana setiap individu biasanya memiliki nilai, ketertarikan, serta tindakan yang mirip (Hudani, 2020).

Label halal ialah tanda atau bukti tertulis yang menyatakan bahwa suatu barang telah terjamin kehalalannya. Label ini biasanya mencantumkan tulisan “Halal” dalam huruf Arab, huruf lain serta mencakup nomor kode yang dikeluarkan oleh Menteri. Pemberian label ini didasarkan pada hasil pemeriksaan yang dilakukan oleh Lembaga pemeriksa yang ditugaskan oleh Majelis Ulama Indonesia

(MUI). Selain itu, label halal juga disertai dengan Fatwa halal dari MUI serta sertifikat halal yang menjadi jaminan sah bahwa produk tersebut diperbolehkan untuk dikonsumsi dan digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah (Sari & Mukhroji, 2024).

Gambar 1. 1

Label Halal



Sumber: Kementerian Agama RI

Produk yang dianggap halal mencakup berbagai jenis seperti obat-obatan, makanan, kosmetik, dan produk lainnya yang dalam proses pembuatannya tidak mengandung unsur atau bahan yang diharamkan. Produk halal harus terbebas dari segala bentuk bahan yang dilarang dikonsumsi bagi umat Islam, baik itu bahan baku, bahan tambahan, dan bahan pendukung lainnya. Sementara itu, proses produksi yang menyertakan bioteknologi dan iradiasi harus sesuai dengan prinsip syariat Islam agar memenuhi syarat untuk mendapatkan label halal. Pemberian label halal dilakukan karena

manfaat produk tersebut dinilai lebih besar dibandingkan potensi kerugiannya (Fajriah & Susilo, 2024).

Harga yaitu sejumlah uang yang dibayarkan bagi pembeli untuk memperoleh, mempunyai atau menggunakan berbagai kombinasi benda serta layanan dari suatu barang. Harga adalah nilai total yang diberikan oleh penjual terhadap konsumen sebagai bentuk imbalan atas kepemilikan atau pemanfaatan barang dan jasa yang disediakan. Pedagang biasanya menentukan harga yang sama bagi semua pembeli (Fajriah & Susilo, 2024). Harga tidak hanya sekadar angka yang tercantum pada label kemasan. Melainkan harga memiliki berbagai bentuk dan berfungsi dalam banyak aspek, contohnya sewa tempat, ongkos, bunga, upah, tarif, serta biaya penyimpanan gaji. Seluruhnya merupakan bentuk kompensasi yang harus dibayarkan untuk memperoleh barang dan jasa. Terdapat empat indikator utama dalam menentukan harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga berdasarkan kualitas produk, daya saing harga, dan kecocokan harga berdasarkan manfaat yang diperoleh (Wicaksono et al., 2023).

Penelitian ini adalah keberadaan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Octaviana & Anwar (2023). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu unit analisis dan kurun waktu penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini ialah masyarakat Kota Banda Aceh, waktu penelitian ini dilakukan pada tahun 2025 menggunakan teknik Analisis *Structural Equation*

Modeling dengan aplikasi PLS. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang terdapat pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh ?
2. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh ?
3. Apakah faktor label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh ?
4. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh ?

5. Apakah faktor sosial, faktor budaya, faktor label halal dan faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dipaparkan penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh.
2. Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh.
3. Pengaruh faktor label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh.
4. Pengaruh faktor harga terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh.
5. Pengaruh faktor sosial, faktor budaya, faktor label halal dan faktor harga terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis (Operasional)

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk makanan halal. Dengan wawasan ini, konsumen bisa membuat keputusan pembelian yang lebih bijak, sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya. Oleh karena itu, penelitian ini juga berpotensi meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memilih produk bersertifikasi halal guna menjamin kehalalan dan kualitas makanan yang mereka konsumsi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan akademisi sebagai referensi dan tambahan literatur, khususnya dalam bidang penelitian yang membahas tentang faktor sosial, faktor budaya, faktor label halal serta faktor harga.

1.4.2 Manfaat Teoritis (Akademis)

Adapun manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan dalam hal ilmu pengetahuan dan wawasan bagi kalangan akademisi, khususnya tentang pengaruh faktor sosial, faktor budaya, faktor label halal dan faktor harga terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal pada masyarakat Kota Banda Aceh serta menjadi

sumber perbandingan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik yang terjadi.

- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh faktor sosial, faktor budaya, faktor label halal dan faktor harga terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini memberikan penjelasan singkat mengenai isi dan tujuan dari masing-masing bab dalam keseluruhan skripsi. Skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah yang menampilkan dasar pemikiran secara umum, baik dari segi teori maupun fakta, yang menjadi alasan dilakukannya penelitian ini. Dalam bagian perumusan masalah, akan dijelaskan pernyataan mengenai keadaan, fenomena, atau konsep yang memerlukan penjelasan melalui penelitian. Selanjutnya, tujuan dan manfaat penelitian diharapkan dapat dicapai dengan mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan. Pada bagian akhir bab ini, yaitu sistematika penulisan, akan dipaparkan ringkasan mengenai materi yang akan dibahas pada setiap bab dalam skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori menyajikan penjelasan mengenai teori-teori yang akan menjadi dasar dalam mendukung penelitian terkait masalah yang dibahas. Selain itu, bab ini juga mencakup pembahasan tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab Metodologi Penelitian menjelaskan secara rinci mengenai variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, populasi dan sampel yang digunakan, jenis serta metode pengumpulan data, hingga teknik analisis data yang diterapkan untuk menguji hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil serta pembahasan yang akan menerangkan penjelasan juga pembahasan data hasil penelitian berdasarkan metode yang diterapkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup dari skripsi yang memuat kesimpulan serta saran berdasarkan hasil penelitian, yang diharapkan dapat membagikan manfaat baik bagi penulis maupun pihak-pihak yang berkepentingan.