

SKRIPSI

**PENGARUH *HALAL AWARENESS*, KUALITAS PRODUK,
DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK KESEHATAN TRADISIONAL DI KOTA
BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**ROSIVA
NIM. 210602101**

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Rosiva

NIM : 210602101

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.

Banda Aceh, 08 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Rosiva

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh *Halal Awareness*, Kualitas Produk, Dan Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional Di Kota Banda Aceh

Disusun oleh:

Rosiva
NIM: 210602101

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,

Pembimbing II,

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

Cut Elida, S.HI., MA
NIP. 198912122023212076

Mengetahui,
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,

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

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh *Halal Awareness*, Kualitas Produk, Dan Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional Di Kota Banda Aceh

Rosiva
NIM: 210602101

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 (S1) dalam Bidang Ekonomi
Syariah

Pada Hari/Tanggal : Senin, 11 Agustus 2025 M
16 Safar 1447 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

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

Sekretaris,

Cut Elvida, S.H.I., MA
NIP. 198912122023212076

Penguji I,

Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A
NIP. 197204282005011003

Penguji II,

Fauza Andriyadi, S.H.I., M.S.I
NIP. 198612132025211004

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



Prof. Dr. H. Furgani, M.Ec
NIP. 1952009011009



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 : Rosiva

NIM : 210602101

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

E-mail : 210602101@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 ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

Yang berjudul:

Pengaruh *Halal Awareness*, Kualitas Produk, Dan Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional Di 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 : 17 Juli 2025

Mengetahui,

Penulis,

Rosiva

NIM. 210602101

Pembimbing I,

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

NIP. 197612172009122001

Pembimbing II,

Cut Effrida, S.HI., MA

NIP. 196912122023212076

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum wa rahmatullahi wa barakatuh

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang mana oleh Allah telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat beserta salam kita curahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Halal Awareness*, Kualitas Produk, dan Ketersediaan Produk Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh” disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam materi maupun teknik penyusunan. Namun, dengan bantuan dari berbagai pihak dan atas izin Allah, penulis berhasil menyelesaikan proposal ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar Raniry.

2. Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Muksal, S.E.I., M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar Raniry.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.H.I., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
4. Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I selaku pembimbing I dan Cut Elfida, S.HI., MA selaku pembimbing II, yang telah berkenan meluangkan waktu memberikan bimbingan, serta masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Hendra Syahputra, M.M selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah.
6. Seluruh Dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan, serta perhatiannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Zulfikar dan Ibunda Nurida serta saudara sekandung tercinta Muhammad Reza Ananda, Muhammad Rizqis, dan Raisa Mahira yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang,

cinta, do'a, serta motivasi yang tiada henti hentinya agar penulis dapat memperoleh yang terbaik.

8. Sahabat-sahabat saya tercinta Nessya Wafa Nasyla, Syakira Husna, Annisa Rizka Putri Amida, Nuzuliatul Fitria, Akhsanu Nadia, dan Zahratun Noviana, serta teman-teman dari Program Studi Ekonomi Syariah leting 2021 dan juga beberapa teman lainnya yang telah memberi dukungan kepada saya dalam banyak hal mulai dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki sejumlah kekurangan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki penulis. Penulis berharap segala usaha yang telah dilakukan dapat dianggap sebagai bentuk ibadah dan memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi para pembaca. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, serta memohon maaf atas segala kekhilafan yang mungkin terjadi, baik yang disengaja maupun tidak. Saran dan kritik yang konstruktif sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Wassalamualaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.

Banda Aceh, 02 Juli 2025
Penulis

Rosiva

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/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	هـ	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:

kaifa : كيف
haula : هؤل

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
اِيْ	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُ

4. *Ta Marbutah* (ة) **جامعة الرانري**

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

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

raudah al-afāl/ raudatul afāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Ṭalḥah : طَلْحَة

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 : Rosiva
NIM : 210602101
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis
Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh *Halal Awareness*,
Kualitas Produk, dan
Ketersediaan Produk
Terhadap Minat Beli Produk
Kesehatan Tradisional di
Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag.,
M.S.I
Pembimbing II : Cut Elfida, S.HI., MA

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan prinsip syariah mendorong peningkatan minat terhadap produk kesehatan tradisional, terutama di kalangan Muslim Kota Banda Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *halal awareness*, kualitas produk, dan ketersediaan produk terhadap minat beli konsumen. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 50 responden, dan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan pentingnya aspek kehalalan, mutu, dan aksesibilitas dalam memengaruhi minat beli konsumen.

Kata Kunci: *Halal Awareness*, Kualitas Produk, Ketersediaan Produk, Minat Beli, Produk Kesehatan Tradisional.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	III
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	IV
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	VI
KATA PENGANTAR	VII
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	X
ABSTRAK.....	XIV
DAFTAR ISI	XV
DAFTAR TABEL	XIX
DAFTAR GAMBAR	XX
DAFTAR LAMPIRAN.....	XXI
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 19
2.1 Minat Beli.....	19
2.1.1 Pengertian Minat Beli.....	19
2.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	21
2.1.3 Indikator Minat beli.....	24
2.1.4 Minat Beli Dalam Perspektif Islam	25
2.2 Halal Awareness.....	27
2.2.1 Pengertian <i>Halal Awareness</i>	27
2.2.2 Faktor-Faktor Munculnya Sikap <i>Halal Awareness</i>	34
2.2.3 Indikator <i>Halal Awareness</i>	36
2.3 Kualitas Produk.....	38
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	38
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	40
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	42
2.3.4 Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam	45
2.4 Ketersediaan Produk	46

2.4.1 Pengertian Ketersediaan Produk	46
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketersediaan Produk	48
2.4.3 Indikator Ketersediaan Produk.....	50
2.4.4 Ketersediaan Produk dalam Perspektif Islam....	51
2.5 Produk Kesehatan Tradisional	53
2.5.1 Pengertian Produk Kesehatan Tradisional	53
2.5.2 Jenis-jenis Produk Kesehatan Tradisional.....	54
2.6 Penelitian Terkait	56
2.7 Keterkaitan Antar Variabel	62
2.7.1 Pengaruh <i>Halal Awareness</i> Terhadap Minat Beli	62
2.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	64
2.7.3 Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Minat beli	65
2.8 Kerangka Pemikiran.....	66
2.9 Hipotesis.....	68
BAB III METODE PENELITIAN.....	69
3.1 Desain Penelitian.....	69
3.1.1 Jenis Penelitian.....	69
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	70
3.2 Populasi dan Sampel	71
3.2.1 Populasi.....	71
3.2.2 Sampel	72
3.3 Sumber Data Penelitian.....	74
3.3.1 Data Primer.....	74
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.5 Skala Pengukuran.....	75
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	76
3.6.1 Variabel Terikat (Dependen).....	77
3.6.2 Variabel Bebas (Independen)	77
3.7 Uji Keabsahan Data.....	82
3.7.1 Uji Validitas	82
3.7.2 Uji Reabilitas	83
3.8 Uji Asumsi Klasik	83
3.8.1 Uji Normalitas	83

3.8.2 Uji Multikolinearitas	85
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	86
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
3.9 Pengujian Hipotesis.....	88
3.9.1 Pengujian Parsial (Uji t)	88
3.9.2 Pengujian Simultan (Uji F).....	89
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	91
4.2 Karakteristik Responden	95
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	96
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	97
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	98
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	99
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	100
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pernah Melakukan Pembelian Pada Produk Kesehatan Tradisional	101
4.3 Analisis Deskriptif	103
4.3.1 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli (Y)	103
4.3.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Halal Awareness (X_1).....	105
4.3.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X_2)	107
4.3.4 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan Produk (X_3).....	110
4.4 Uji Keabsahan Data.....	112
4.4.1 Uji Validitas	112
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	114
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	115
4.5.1 Uji Normalitas	115
4.5.2 Uji Multikolinearitas	118

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	119
4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda	121
4.6 Uji Hipotesis	122
4.6.1 Uji Secara Parsial (Uji T)	122
4.6.2 Uji Secara Simultan (Uji F)	124
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	125
4.7 Pembahasan	126
4.7.1 Pengaruh <i>Halal Awareness</i> terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh	127
4.7.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh	130
4.7.3. Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh	133
4.7.4 Pengaruh <i>Halal Awareness</i> , Kualitas Produk, dan Ketersediaan Produk terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh	136
BAB V PENUTUP	141
5.1 Kesimpulan	141
5.2 Saran	141
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN	155

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terkait.....	60
Tabel 3.1 Skor Alternatif Jawaban	76
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian	80
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	96
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	97
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	98
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan....	99
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.	100
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pernah Melakukan Pembelian Pada Produk Kesehatan Tradisional.....	102
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y).....	103
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Halal Awareness</i> (X).....	105
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X_2).....	107
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ketersediaan Produk (X_3).....	110
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas	113
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	115
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test	117
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	118
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas	120
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	121
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	123
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (F)	125
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	126

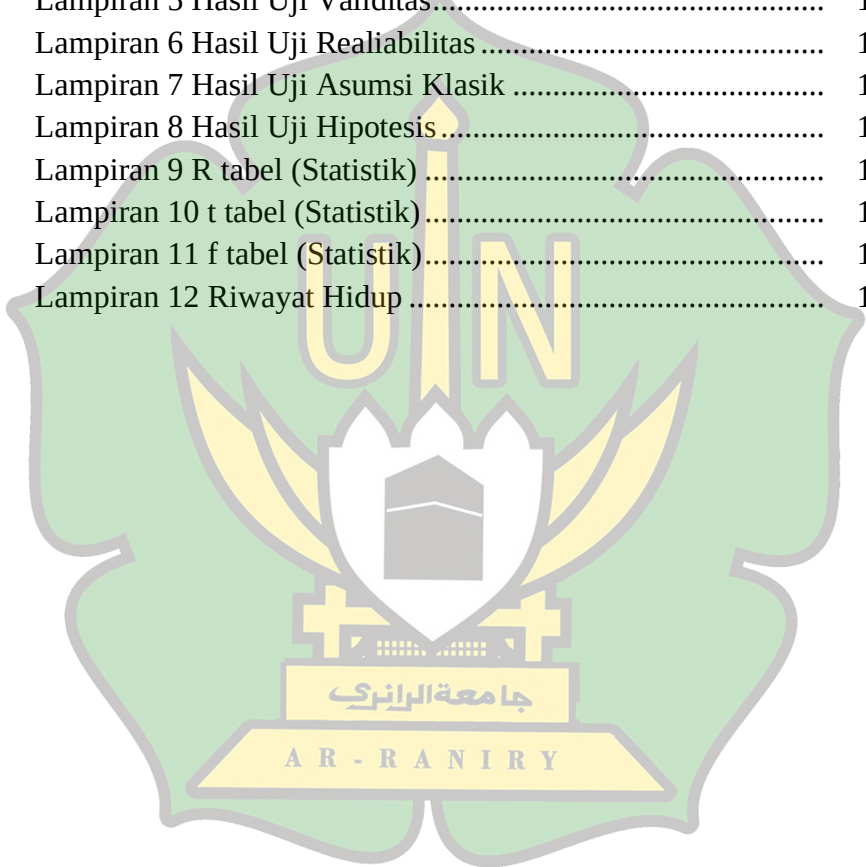
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren pertumbuhan PDB industri kimia, farmasi, dan obat tradisional di Indonesia tahun 2020–2024.....	2
Gambar 1. 2 Label halal Indonesia.....	6
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berfikir	67
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	116
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot)	117
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	120



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	155
Lampiran 2 Tabulasi Data	164
Lampiran 3 Hasil Analisis Output	170
Lampiran 4 karakteristik Responden.....	183
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas.....	186
Lampiran 6 Hasil Uji Realibilitas	189
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	190
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	194
Lampiran 9 R tabel (Statistik)	196
Lampiran 10 t tabel (Statistik)	197
Lampiran 11 f tabel (Statistik).....	198
Lampiran 12 Riwayat Hidup	199



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

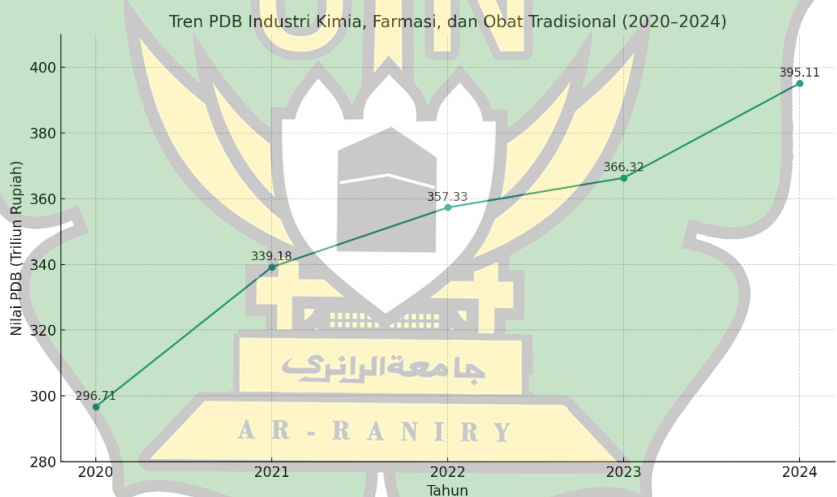
Di era modern ini, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan terus meningkat, seiring dengan berkembangnya pola pikir masyarakat terhadap gaya hidup yang lebih sehat dan berkelanjutan. Perkembangan ini terlihat di Indonesia, di mana konsumen mulai menunjukkan preferensi terhadap produk alami dan tradisional. Produk kesehatan tradisional kini mulai banyak diminati, tidak hanya sebagai pilihan utama, tetapi juga sebagai pendamping pengobatan berbasis kimia. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa produk tradisional memiliki efek samping yang lebih minimal dan lebih aman untuk dikonsumsi dalam jangka panjang. Konsumen masa kini tidak hanya mempertimbangkan manfaat fungsional dari suatu produk, tetapi juga memperhatikan nilai kesehatan, keamanan, serta keberlanjutan jangka panjang. Perubahan pola pikir ini mendorong peningkatan minat terhadap produk kesehatan tradisional yang berbasis bahan alami dan dipercaya lebih sesuai dengan kebutuhan tubuh (Bancin *et al.*, 2024).

Dalam konteks penelitian ini, istilah produk kesehatan tradisional merujuk pada obat tradisional yang telah dimodernkan. Produk ini berbahan dasar alami, seperti tanaman obat, hewan, atau mineral, tetapi diolah menggunakan teknologi modern dan diproduksi sesuai standar industri, termasuk penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP), sertifikasi dari Badan Pengawas

Obat dan Makanan (BPOM), serta pengujian keamanan dan mutu. Bentuk sediaananya bervariasi, mulai dari kapsul, tablet, sirup, hingga serbuk instan, sehingga lebih praktis dan higienis dibandingkan bentuk tradisional konvensional seperti rebusan atau jamu cair.

Peningkatan tren ini dapat dilihat pada pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sektor industri kimia, farmasi, dan obat tradisional di Indonesia, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1 berikut.

Gambar 1. 1
Tren pertumbuhan PDB industri kimia, farmasi, dan obat tradisional di Indonesia tahun 2020–2024



Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Gambar 1.1 menunjukkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor industri kimia, farmasi, dan obat tradisional mencatat pertumbuhan yang konsisten selama lima tahun terakhir. Pada tahun 2020, nilai Produk Domestik Bruto (PDB) sektor ini tercatat sebesar

Rp 296,71 triliun. Tahun berikutnya, yakni 2021, sektor ini mengalami peningkatan signifikan dengan nilai PDB sebesar Rp 339,18 triliun, mencerminkan pemulihan ekonomi pascapandemi dan meningkatnya permintaan terhadap produk kesehatan. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2022, dengan nilai PDB yang kembali naik menjadi Rp 357,33 triliun, dan terus meningkat menjadi Rp 366,32 triliun pada 2023. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa industri ini tetap memiliki daya tahan dan respons yang baik terhadap kebutuhan masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya kesehatan dan penggunaan produk yang aman. Puncaknya terjadi pada tahun 2024, dengan nilai PDB mencapai Rp 395,11 triliun, menjadi capaian tertinggi dalam lima tahun terakhir.

Meskipun data tersebut merupakan gabungan dari tiga sektor, yaitu industri kimia, farmasi, dan obat tradisional, perkembangan ini turut mencerminkan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk kesehatan tradisional yang berbahan alami. Produk ini dinilai lebih aman, minim efek samping, dan sejalan dengan gaya hidup sehat yang kini semakin digemari. Selain itu, dukungan regulasi pemerintah terhadap pengembangan jamu dan obat herbal, serta inovasi industri dalam memodernisasi produk agar lebih praktis dan diterima pasar, turut mempercepat pertumbuhan subsektor ini. Fenomena positif tersebut mengindikasikan bahwa industri obat tradisional memiliki potensi besar untuk terus berkembang di masa yang akan datang.

Di Indonesia, produk kesehatan tradisional telah menjadi bagian penting dalam budaya dan kebiasaan hidup sehat masyarakat. Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), obat tradisional dikelompokkan menjadi 3 yaitu jamu, obat herbal terstandar dan fitofarmaka (BPOM, 2019). Kategori ini, khususnya yang telah dimodernkan sesuai standar industri. Penggunaan produk kesehatan tradisional merupakan bagian dari warisan budaya yang dipadukan dengan sistem kepercayaan dan praktik pengobatan lokal. Oleh karena itu, produk kesehatan tradisional tidak sekadar untuk menyembuhkan penyakit, melainkan dipandang sebagai bagian budaya dan kearifan lokal. Sehingga, sangatlah penting bagi para konsumen untuk memahami kualitas dan efektivitas dari produk yang mereka gunakan (Akuba *et al.*, 2024). Seiring waktu, minat beli terhadap produk kesehatan tradisional semakin meningkat, terutama di kalangan konsumen yang menghargai nilai-nilai tersebut. Hal ini didorong oleh kecenderungan masyarakat untuk mencari dan membeli alternatif pengobatan yang lebih alami dan ramah lingkungan. Produk kesehatan tradisional dinilai mampu memenuhi kebutuhan holistik, menggabungkan manfaat kesehatan dengan nilai budaya yang bermakna.

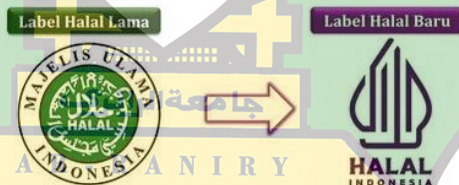
Minat beli adalah bagian dari perilaku konsumen yang mencerminkan niat atau kecenderungan seseorang untuk membeli produk atau jasa tertentu setelah melalui proses evaluasi (Aprilianti dan Hasbi, 2024). Minat beli sebagai kesediaan konsumen untuk membeli produk yang didorong oleh kebutuhan, promosi, serta daya

tarik produk itu sendiri (Edlyna *et al.*, 2024). Minat beli muncul karena konsumen merasa bahwa produk tersebut mampu memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan fungsional maupun emosional. Minat beli dapat dipahami sebagai respons positif terhadap suatu produk, yang dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap manfaat, kualitas, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan mereka (Japariato dan Adelia, 2020).

Salah satu faktor utama dalam minat beli produk kesehatan tradisional adalah kesadaran halal (*halal awareness*). Kesadaran akan kehalalan produk memiliki peran yang penting dalam memengaruhi minat beli produk kesehatan. Konsumen yang beragama Islam biasanya lebih suka memilih produk yang tidak hanya bermutu tinggi, tapi juga memenuhi standar halal. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran halal bukan sekadar formalitas, tetapi merupakan bagian integral dari keputusan konsumen Muslim. *Halal awareness* atau kesadaran halal adalah pemahaman dan kepedulian seseorang atau kelompok terhadap pentingnya memastikan bahwa produk atau jasa yang dikonsumsi memenuhi prinsip-prinsip halal sesuai dengan syariat Islam. Kesadaran ini mencakup pengetahuan, keyakinan, dan perhatian untuk memilih sesuatu yang tidak hanya halal dalam bahan, tetapi juga dalam proses produksi, distribusi, dan penyajiannya (Puspitasari dan Rokhman, 2024).

Keberadaan label halal pada produk menjadi sangat penting, karena hal ini menunjukkan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). label halal ini memberikan jaminan bahwa produk tidak hanya aman secara fisik tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. label halal yang dikeluarkan oleh MUI (kiri) dan BPJPH (kanan) menjadi identifikasi yang mudah dikenali bagi konsumen dalam memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi telah terjamin kehalalannya. Berikut gambar logo halal yang dikeluarkan oleh MUI (kiri) dan BPJPH (kanan), yang menjadi identifikasi yang mudah dikenali bagi konsumen dalam memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi telah terjamin kehalalannya (Khoeron, 2022).

Gambar 1. 2
Label halal Indonesia



Sumber: Kemenag.go.id

Gambar 1.2 di atas menunjukkan dua versi label halal yang saat ini digunakan di Indonesia, yaitu logo halal lama dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan logo halal baru dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Label halal MUI telah digunakan sejak lama sebagai penanda kehalalan produk oleh

otoritas ulama. Namun, sejak 1 Maret 2022, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Agama resmi memberlakukan Label Halal Indonesia yang baru (berwarna ungu), sesuai dengan Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 748 Tahun 2021. Label baru ini diterbitkan oleh BPJPH dan menjadi satu-satunya logo halal resmi untuk sertifikasi yang dilakukan setelah tanggal tersebut. Label halal ini menjadi simbol kepercayaan dan keamanan bagi konsumen Muslim dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip Syariat Islam. Kehadiran label halal memudahkan konsumen untuk memastikan kehalalan produk dengan lebih cepat dan tepat. Meskipun demikian, produk dengan label halal MUI yang masih beredar tetap sah selama sertifikat halalnya masih berlaku.

Kesadaran halal berfungsi tidak hanya sebagai jaminan bahwa produk tersebut sesuai dengan hukum Islam, tetapi juga sebagai penguat kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap merek tertentu (Wahab *et al.*, 2024). Meskipun kesadaran halal di kalangan konsumen Muslim meningkat, masih terdapat kesenjangan antara pengetahuan dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Kurangnya informasi serta ketidakjelasan label halal pada produk, khususnya produk kesehatan tradisional, dapat menimbulkan keraguan dan berdampak pada menurunnya minat beli, terutama bagi konsumen dengan kesadaran halal yang tinggi. Oleh karena itu, edukasi yang lebih mendalam tentang *halal awareness* dan cara memastikan kehalalan produk menjadi sangat penting agar

konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih produk kesehatan.

Hasil dari penelitian Utami (2023) menunjukkan bahwa *halal awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap minat pembelian konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh Raihan (2024) penelitiannya menunjukkan bahwa *halal awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk. Berbeda dengan penelitian Ernawati dan Koerniawan (2023) yang menunjukkan bahwa kesadaran halal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk. Dan pada penelitian Esa *et al.* (2023) pula menunjukkan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian.

Selain *halal awareness*, kualitas produk juga menjadi faktor kunci dalam minat beli. Kualitas produk tidak hanya berfokus pada efektivitas, tetapi juga mencakup aspek visual dan sensoris dari produk tersebut. Menurut Teresa *et al.* (2024) Kualitas produk merupakan sejumlah karakteristik yang dimiliki suatu produk yang menentukan sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan yang eksplisit maupun implisit. Definisi kualitas produk juga melibatkan pemahaman tentang kepuasan konsumen yang tercermin dari pengalaman mereka dalam menggunakan produk tersebut. Produk yang berkualitas baik tidak hanya berfungsi dengan baik, tetapi juga memberikan pengalaman positif bagi penggunaannya, sehingga dapat membangun loyalitas dan kepuasan konsumen.

Produk dengan kualitas tinggi cenderung lebih mampu memenuhi ekspektasi konsumen serta meningkatkan kepuasan mereka. Kualitas produk yang baik berbanding lurus dengan kepuasan konsumen dan kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang. Dalam konteks produk kesehatan tradisional, kualitas mencakup berbagai faktor, termasuk bahan baku, metode produksi, dan standar pengujian. Konsumen yang memiliki pengetahuan tentang kualitas cenderung lebih selektif dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Penelitian oleh Setyaningrum *et al.* (2024) menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung menghindari produk yang tidak memiliki informasi jelas mengenai kualitas dan kandungan.

Informasi yang jelas mengenai kandungan produk dapat meningkatkan daya tarik di mata konsumen. Di pasar yang kompetitif, produsen harus mampu menawarkan produk berkualitas dengan kemasan yang bagus dan informatif untuk menarik perhatian konsumen. Novita *et al.* (2024) mencatat bahwa kualitas dan inovasi dalam produk sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, selain memastikan kualitas produk, produsen juga harus menyajikannya dengan transparansi informasi guna membangun kepercayaan konsumen. Akan tetapi, di sisi lain banyak produk kesehatan tradisional khususnya yang diproduksi oleh UMKM secara rumahan, memiliki standar kualitas yang tidak konsisten. Meskipun produk tersebut diklaim alami dan tradisional, rendahnya kualitas produksi dan kurangnya transparansi informasi

sering kali menjadi kendala dalam memenuhi harapan konsumen. Hal ini berdampak pada rendahnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian Novita *et al.* (2024) dapat diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Pada penelitian Irawan (2020) menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Sedangkan pada penelitian Saputra *et al.* (2021) membuktikan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Dan pada penelitian Daffa dan Andriana (2023) pula menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian.

Ketersediaan produk merupakan faktor lain yang berperan dalam memengaruhi minat beli. Menurut Fitriani *et al.* (2024) ketersediaan produk mengacu pada sejauh mana produk dapat diakses dan ditemukan oleh konsumen di pasar. Ketersediaan produk merupakan aspek utama dalam menentukan kepuasan konsumen, karena hal ini berhubungan langsung dengan kemampuan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan tanpa hambatan. Ketersediaan produk yang baik dapat memengaruhi minat beli konsumen.

Ketersediaan produk merujuk pada sejauh mana suatu produk dapat diperoleh konsumen dengan mudah, dalam jumlah yang cukup, pada waktu yang tepat, dan melalui saluran distribusi yang efisien. Sebuah produk yang tersedia dengan baik dapat memastikan

bahwa konsumen memiliki akses yang mudah untuk membeli produk tersebut ketika mereka membutuhkannya (Suliyana *et al.*, 2022). Meskipun banyak produk kesehatan tradisional yang tersedia, termasuk melalui media sosial dan platform e-commerce, ketersediaannya di pasar tetap menjadi tantangan, terutama di daerah terpencil. Akses pembelian secara online memang membantu, namun tidak sepenuhnya mengatasi kendala seperti keterbatasan layanan pengiriman, faktor ini dapat menimbulkan kekecewaan bagi konsumen dan menurunkan minat beli.

Dalam konteks ini, distribusi yang efisien dan strategi pemasaran yang tepat sangat penting untuk memastikan produk kesehatan tradisional dapat dijangkau oleh konsumen di semua segmen pasar. Pada penelitian Khairani (2022) ketersediaan produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil penelitian Milka (2024) menunjukkan bahwa ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Berbeda dengan hasil penelitian dari Nurhasanah *et al.* (2017) menunjukkan bahwa ketersediaan produk tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Khususnya di Provinsi Aceh, yang merupakan provinsi dengan penerapan syariat Islam yang ketat, kesadaran akan aspek halal, kualitas produk, serta ketersediaan produk kesehatan tradisional menjadi isu yang lebih kompleks dan mendalam. Hal ini menunjukkan pentingnya perhatian terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga

sesuai dengan prinsip syariat Islam. Selain itu, peningkatan penggunaan produk kesehatan tradisional terus berkembang seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat berbasis nilai-nilai lokal dan religius.

Masyarakat Aceh sangat menghargai produk kesehatan tradisional yang tidak hanya memenuhi kriteria halal, tetapi juga berkualitas tinggi. Masyarakat Aceh lebih cenderung berbelanja di tempat yang menawarkan produk bersertifikat halal, serta memperhatikan kualitas produk. Oleh karena itu ketersediaan produk berkualitas yang sesuai dengan prinsip halal menjadi isu penting yang perlu ditangani oleh para produsen dan pemangku kebijakan. Dalam hal ini, meningkatkan kolaborasi antara produsen, distributor, dan pemerintah daerah sangat penting untuk menciptakan ekosistem pasar yang mendukung.

Namun, meskipun begitu masih banyak konsumen yang kurang memahami cara memastikan kehalalan produk kesehatan tradisional, terutama terkait bahan baku atau proses produksinya. Meskipun produk kesehatan tradisional umumnya berbahan dasar alami, namun belum semuanya dapat dipastikan halal. Banyak di antaranya belum mencantumkan sertifikasi halal, sehingga menimbulkan keraguan di kalangan konsumen Muslim. Selain itu, Produk kesehatan tradisional juga banyak yang diproduksi oleh UMKM secara rumahan, sehingga tidak selalu memiliki standar kualitas yang konsisten. Di sisi lain, ketersediaan produk juga sering kali menjadi tantangan, terutama di daerah pedesaan, di mana

distribusi produk tidak merata, kondisi ini dapat berdampak pada minat beli konsumen.

Tren yang menunjukkan meningkatnya permintaan terhadap produk alami dan organik memberikan peluang besar bagi Kota Banda Aceh untuk mengembangkan produk kesehatan tradisional yang tidak hanya memenuhi kebutuhan lokal tetapi juga bersaing di pasar nasional dan internasional. Namun, tanpa adanya edukasi dan peningkatan standar kualitas, potensi ini sulit untuk dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat di Kota Banda Aceh yang tidak hanya mencari produk yang halal, tetapi juga berkualitas tinggi dan mudah diakses.

Berdasarkan literatur dan hasil penelitian sebelumnya, telah banyak kajian yang membahas pengaruh *halal awareness*, kualitas produk, dan ketersediaan produk terhadap minat beli konsumen secara terpisah. Namun demikian, temuan-temuan tersebut masih menunjukkan perbedaan hasil dan belum menghasilkan kesimpulan yang konsisten. Selain itu, penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut secara bersamaan dalam satu kerangka analisis, khususnya dalam konteks lokal di wilayah yang menerapkan syariat Islam seperti Kota Banda Aceh, masih sangat terbatas.

Produk kesehatan tradisional dipilih sebagai objek penelitian karena mengalami peningkatan minat seiring tren konsumsi produk alami dan gaya hidup sehat. Konsumen Muslim cenderung mempertimbangkan aspek kehalalan, kualitas, dan kemudahan memperoleh produk sebelum melakukan pembelian. Dalam konteks

ini, Kota Banda Aceh menjadi lokasi yang relevan karena masyarakatnya secara umum menjunjung tinggi prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, sebagai ibu kota provinsi Aceh yang memiliki otonomi kekhususan dalam penerapan syariat Islam, Banda Aceh mencerminkan karakteristik konsumen yang lebih sadar terhadap nilai-nilai keislaman, termasuk dalam memilih produk konsumsi sehari-hari.

Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna menganalisis secara komprehensif pengaruh *halal awareness*, kualitas produk, dan ketersediaan produk terhadap minat beli produk kesehatan tradisional di Kota Banda Aceh. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam memahami preferensi konsumen Muslim serta menjadi masukan bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar lokal.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh *Halal Awareness*, Kualitas Produk, dan Ketersediaan Produk terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, rumusan masalah yang ingin diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Halal Awareness* secara parsial berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh?
2. Apakah Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh?
3. Apakah Ketersediaan Produk secara parsial berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh?
4. Apakah *Halal Awareness*, Kualitas Produk, dan Ketersediaan Produk secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh *Halal Awareness* terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh.
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh.
3. Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Minat beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh.
4. Pengaruh *Halal Awareness*, Kualitas Produk, dan Ketersediaan Produk terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Tradisional di Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan dampak positif serta manfaat bagi masyarakat secara umum dan penulis secara khusus. Berikut manfaat baik secara teoritis, praktis maupun kebijakan yang dapat diperoleh dari penelitian ini.

1. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya literatur dalam bidang ekonomi syariah, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli produk kesehatan tradisional. Selain itu, menjadi latihan untuk penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.

2. **Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi produsen, pelaku usaha, dan pemangku kebijakan dalam merancang strategi pemasaran dan distribusi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat beli produk kesehatan tradisional dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait dengan topik penelitian ini.

3. **Manfaat Kebijakan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi instansi pemerintah, seperti Dinas Kesehatan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta lembaga yang bergerak di bidang pengawasan produk, dalam merumuskan kebijakan

yang mendukung pengembangan, standarisasi, dan pengawasan produk kesehatan tradisional yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dengan adanya kebijakan yang tepat, produk kesehatan tradisional dapat diberdayakan sebagai bagian dari upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat serta penguatan ekonomi halal di tingkat lokal maupun nasional.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sebuah karya ilmiah, adanya sistematika pembahasan merupakan bantuan yang dapat digunakan oleh pembaca untuk mempermudah mengetahui urutan sistematika dari isi sebuah karya ilmiah tersebut. Sistematika pembahasan ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi bagian pendahuluan yang bertujuan memberikan gambaran awal tentang pokok bahasan dalam skripsi. Adapun isi bab ini terdiri atas lima subbagian, yaitu latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Pada bab ini membahas landasan teori yang mendukung proses penelitian. Uraian mengenai penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan juga disertakan untuk memperkuat dasar teori. Bab ini diakhiri dengan penyusunan kerangka pemikiran sebagai arah dalam pelaksanaan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan secara menyeluruh mengenai pendekatan yang digunakan dalam penelitian, lokasi serta waktu pelaksanaan, subjek dan objek penelitian, populasi serta teknik pengambilan sampel, sumber data dan metode pengumpulannya, definisi dan operasionalisasi variabel, hingga teknik analisis data dan metode pembuktian hipotesis secara statistik.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian beserta pembahasannya, yang menjelaskan secara deskriptif temuan berdasarkan metode yang telah diterapkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penutup dari keseluruhan pembahasan skripsi, yang mencakup kesimpulan serta saran berdasarkan hasil penelitian, dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pihak-pihak yang berkepentingan.