

PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) PADA MASYARAKAT MUSLIM KABUPATEN TULUNGAGUNG

Faradella Harum Prasetyo

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya. Indonesia
Email: faradella.17081194043@mhs.unesa.ac.id

Moch. Khoirul Anwar

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya. Indonesia
Email: khoirulanwar@unesa.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan yaitu labelisasi halal sebagai variabel bebas (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y). Populasi yang digunakan adalah masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung yang melakukan pembelian air minum dalam kemasan, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling kemudian populasi dihitung menggunakan rumus lemeshow untuk menentukan jumlah sampel. Data yang digunakan merupakan jenis data primer, dengan teknik pengumpulan data melalui kuisisioner secara online menggunakan media google formulir kemudian didistribusikan dengan media sosial whatsapp dan instagram. Jawaban responden diukur dengan skala likert. Keباikan kuisisioner diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif serta analisis inferensia. Metode analisis inferensia yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air minum kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,612 yang berarti variabel labelisasi halal memiliki persentase pengaruh 61,2% terhadap variabel keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this study was to identify the effect of halal labeling on purchasing decisions for bottled drinking water products in the Muslim community of Tulungagung Regency. This study uses a quantitative approach. The variables used are halal labeling as the independent variable (X) and purchasing decisions as the dependent variable (Y). The population used was the Muslim community of Tulungagung Regency with the sampling technique using purposive sampling then the population was calculated using the Slovin formula to determine the number of samples. The data used are primary data with data collection techniques through online questionnaires using google form media then distributed with social media WhatsApp and Instagram. Respondents' answers were measured using a Likert scale. The goodness of the questionnaire was tested using validity and reliability tests. This research uses descriptive analysis method and inferential analysis. Inference analysis method used is simple linear

regression analysis. The results of this study indicate that halal labeling has a positive and significant effect on purchasing decisions for bottled water products in the Muslim community of Tulungagung Regency. The coefficient of determination (R^2) is 0.605 which means that the halal labeling variable has a 60.5% effect on the variable purchasing decisions for bottled drinking water products in the Muslim community of Tulungagung Regency, the rest is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Halal Labeling, Purchasing Decisions

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, perubahan dinamis lingkungan dan perbedaan setiap individu akan mempengaruhi gaya hidup seseorang. (Djumena, 2018). Menurut Dewi dan Samuel (2015), Gaya Hidup merupakan metode yang digunakan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan, kegemaran, serta membelanjakan pendapatannya dalam alokasi waktu tertentu. Seorang manusia perlu menerapkan gaya hidup yang baik dengan menerapkan konsep gaya hidup sehat karena menurut Nisa (2018), Kesehatan penting untuk dibahas tetapi masih banyak masyarakat yang tidak peduli dengan hal tersebut, jika kesehatan tidak dijaga dengan baik maka akan menimbulkan berbagai penyakit dalam tubuh. Maka dari itu untuk meningkatkan kesehatannya, masyarakat perlu memperhatikan kandungan produk makanan dan minuman yang dikonsumsi, melalui label yang tertera pada kemasan produk.

Menurut Kamilah (2017), Label yang tertera pada kemasan produk adalah keterangan produk yang berguna sebagai tanda pengenal produk. Kemudian menurut Kotler dalam Irrubai (2015), Label memiliki fungsi untuk mengidentifikasi produk, menunjukkan kelas tertentu, memberi informasi produk (pembuat, tempat pembuatan, waktu, kandungan produk, keamanan untuk dikonsumsi, petunjuk penggunaan), dan mempromosikan produk agar lebih menarik dengan desain grafis pada kemasannya. Regulasi mengenai label produk dijelaskan pada Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 mengenai Label dan Iklan Pangan pada Pasal 3 Ayat 2 yang menjelaskan keterangan jenis label pada produk pangan dengan rincian nama produk, bahan-bahan yang digunakan dalam produk, isi bersih (berat bersih), nama dan alamat produksi atau melakukan impor ke Indonesia (memasukkan produk ke Indonesia), keterangan waktu kadaluwarsa (tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa). Selain mencantumkan label sesuai regulasi tersebut, produsen produk makanan dan minuman juga harus memperhatikan konsep halal dengan mencantumkan label halal pada produk pangan, obat-obatan, kosmetika, dan produk lain yang dikonsumsi masyarakat Indonesia. Karena penduduk muslim Indonesia berjumlah cukup banyak yaitu 229.000.000 jiwa (Barus, 2020) atau sekitar 84,9% dari total penduduk Indonesia sebesar 269.603.400 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020).

Halal sebagaimana yang disebutkan pada paragraf sebelumnya merupakan segala sesuatu yang bebas dari bahaya dunia dan akhirat, yang berarti segala hal yang boleh dilakukan dengan bebas tanpa terikat unsur syara' (Zulham, 2018). Konsep halal dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah: 168 sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا عَدُوُّ لَكُمْ اِنَّهٗ الشَّيْطٰنُ عَوٰخُطُوۡتٍۭ يَّتَّبِعُ وَلَا يَخۡفَىٰ عَلٰى النَّاسِ يَآۤاَيُّهَا

Artinya: *“Hai manusia, makanlah segala sesuatu yang terdapat di bumi yang halal dan baik. Janganlah kamu mengikuti jejak syaitan karena sesungguhnya mereka musuh yang nyata bagimu.”* (Q. S. Al-Baqarah : 168).

Makna dari Surat Al-Baqarah ayat 168 tersebut adalah jika seorang manusia mengkonsumsi sesuatu yang haram, maka tidak mendapat keberkahan dan termasuk golongan syaitan. Oleh karena itu kehalalan produk wajib diutamakan umat Islam karena ajaran Islam menerapkan konsep halal memiliki tujuan untuk kemaslahatan umat, sehingga umat Islam dapat terjaga kesehatannya karena memperhatikan kehalalan produk sama halnya dengan merawat dan menjaga segala hal yang dianugerahkan Allah SWT kepada manusia. Penjelasan mengenai konsep halal juga terdapat pada Firman Allah Q.S. Al-Maidah 5: 88 yang berbunyi:

مُؤْمِنُونَ أَنْتُمْ بِهِ الذِّىَ اللَّهُ اتَّقُوا وَطَيِّبًا حَلَالًا اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِمَّا وَكُلُوا

Artinya: *“Dan makanlah apa yang diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertaqwalah kamu kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya”* (Q. S. Al – Maidah : 88).

Makna dari Surat Al-Maidah ayat 88 tersebut bahwa sebagai umat muslim, kita tidak hanya memperhatikan konsumsi pada makanan dan minuman, tetapi juga yang digunakan dan dimasukkan ke dalam tubuh tidak boleh sedikitpun mengandung zat yang diharamkan dalam Islam. Produk yang dikonsumsi manusia jika bersifat halal maka dirinya akan mendapat manfaat, tetapi jika produk yang dikonsumsi bersifat haram maka akan mendatangkan mudharatnya saja. Implementasi konsep halal pada produk pangan dan produk lainnya di Indonesia ditandai dengan keberadaan labelisasi halal yang merupakan tulisan atau tanda halal yang dicantumkan pada kemasan suatu produk untuk menjamin produk bersifat halal (Arifin, 2020). Pentingnya label halal pada kemasan, akan mempermudah konsumen mendapat petunjuk produk pangan yang halal. Label halal di Indonesia telah diwujudkan dengan penerbitan Sertifikat Halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia yang secara khusus adalah tugas LPPOM-MUI (Lembaga Penjamin Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika). Ketentuan sertifikasi halal terdapat pada Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 yang memuat Jaminan Produk, kemudian sebagian ketentuannya diubah pada Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 mengenai Cipta Kerja. Fungsi label halal adalah memberi informasi kepada konsumen sebagai pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan pembelian sampai pada tahap keputusan pembelian. Keputusan pembelian menurut Zulaicha (2016) merupakan kegiatan pemecahan masalah oleh manusia dalam memilih alternatif karakter dari dua atau lebih alternatif, serta dianggap sebagai perlakuan tepat dalam melakukan pembelian dengan beberapa tahapan yang dilalui. Tahapan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian menurut Kurniawan dan Sari (2017) adalah: (1) Kebutuhan yang disadari konsumen untuk dibeli; (2) Pencarian informasi oleh konsumen; (3) Evaluasi alternatif; (4) Keputusan pembelian; dan (5) Purnabeli. Dari tahapan tersebut, yang terlebih dahulu muncul adalah kesadaran konsumen untuk memenuhi kebutuhannya, misalnya kebutuhan air bersih yang menjadi kebutuhan pokok untuk kegiatan sehari-hari seperti minum, memasak, dan lain sebagainya. Namun

faktanya, permasalahan krisis air bersih masih terjadi di Indonesia seperti di daerah Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur. Dikutip dari Sujarwoko dan Meirina (2020), di daerah Kabupaten Tulungagung tepatnya pada delapan desa daerah pelosok Kecamatan Kalidawir, Rejotangan, dan Tanggunggunung mengalami kesulitan air bersih akibat musim kemarau. Masyarakat daerah tersebut terpaksa menunggu bantuan air bersih dari pemerintah daerah guna keperluan sehari-hari. Namun, bantuan air bersih yang disalurkan terbatas karena keterbatasan sarana transportasi sehingga harus digilir dengan menyalurkan ke satu desa saja dalam satu hari, sedangkan kebutuhan air minum dan memasak sangat diperlukan untuk keberlangsungan hidup masyarakat di daerah tersebut.

Dengan adanya permasalahan tersebut, perlu dikembangkan inovasi produk air minum yaitu dengan memproduksi Air Minum Dalam Kemasan. Di daerah Tulungagung terdapat beberapa perusahaan air minum seperti Songo, Excell, Arsend, dan lain sebagainya. Merek air minum dalam kemasan lainnya yang tidak diproduksi di Tulungagung juga sudah beredar luas di daerah Tulungagung. Namun beberapa merek produk air minum dalam kemasan yang diproduksi dan didistribusikan di Tulungagung tidak terdapat label halal pada kemasannya seperti merek Arsend, hal tersebut dibuktikan peneliti dengan pemeriksaan nama produk dan nama produsen pada website resmi LPPOM-MUI yang tidak memunculkan hasil sesuai nama produk dan nama produsen yang dicari. Padahal jumlah masyarakat muslim di Tulungagung cukup banyak yaitu mencapai 1.108.346 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020) atau sekitar 98% dari seluruh jumlah penduduk di Tulungagung yaitu 1.128.829 jiwa. Menurut pernyataan Prof. Dr. H. Fathurrahman Djamil, MA. (Wakil Ketua Komisi Fatwa MUI Pusat) dilansir dari website resmi LPPOM MUI (2020), banyak masyarakat yang belum paham kaidah halal pada produk air minum dalam kemasan padahal ada industri pengolahan air minum dalam kemasan yang menggunakan filter karbon aktif dibuat dari tulang babi dengan sengaja sehingga termasuk intifa' (pemanfaatan barang yang dilarang dalam Islam), dalam Islam tidak ada toleransi untuk konsumsi barang haram atau *Zero Tolerance*. Hal tersebut diperkuat dalam Sabda Rasulullah SAW "Sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli khamr, bangkai, daging babi, serta patung-patung", lalu seseorang bertanya "Wahai Rasulullah, apa boleh (menjual) lemak bangkai, karena dapat dipakai untuk mengecat perahu serta meminyaki kulit dan untuk bahan bakar lampu?", Rasulullah SAW menjawab "Tidak boleh, ia tetap haram. Semoga Allah SWT melaknat kaum Yahudi, sesungguhnya Allah SWT mengharamkan pada lemaknya kemudian merubah bentuk untuk dijadikan minyak, lalu menjual dan mengkonsumsi hasil dari menjual barang tersebut." (HR. Bukhari dan Muslim). Dengan adanya *Zero Tolerance* terhadap barang yang belum jelas kehalalannya dan diperkuat hadist diatas, beredarnya produk air minum dalam kemasan yang tidak berlabel halal memunculkan permasalahan di daerah Tulungagung yang mayoritas penduduknya muslim.

Berdasarkan fenomena diatas, pelaksanaan penelitian ini ditunjang beberapa aspek dari penelitian terdahulu yang sejalan atau linier. Penelitian mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian didukung oleh penelitian yang dilakukan Bulan (2016) bahwasannya labelisasi halal memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang, Kabupaten Aceh Tamiang. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hayet (2019) yang menyatakan

bahwa mayoritas responden membeli produk kosmetik dipengaruhi labelisasi halal seperti kepuasan dalam menggunakan produk kosmetik halal. Kemudian penelitian oleh Hasib (2020), membuktikan bahwa label halal secara signifikan berpengaruh pada loyalitas konsumen untuk mengkonsumsi jenis makanan ringan di daerah Unesa Ketintang. Kelebihan pada penelitian ini daripada ketiga penelitian tersebut terletak pada objek penelitian. Objek ketiga penelitian sebelumnya termasuk dalam kebutuhan sekunder manusia, karena keberadaannya bisa digantikan dengan objek lain, sehingga ketiga penelitian tersebut hanya bisa digunakan oleh beberapa pihak yang membutuhkan. Sedangkan objek penelitian ini yaitu air yang tergolong kebutuhan primer manusia, dimana keberadaannya tidak bisa digantikan oleh objek lain dan bersifat pokok sehingga penelitian ini berguna untuk semua kalangan masyarakat. Berdasarkan permasalahan diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung. Hipotesis pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel labelisasi halal (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

2. METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel labelisasi halal (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Metode analisis pada penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif serta metode analisis inferensia menggunakan regresi linier sederhana. Penelitian ini menggunakan populasi masyarakat Kabupaten Tulungagung yang beragama Islam dan pernah melakukan pembelian produk air minum dalam kemasan dengan merek apapun, yang jumlah populasinya tidak diketahui pasti. Sehingga, teknik sampling yang digunakan yaitu *Convenience Sampling* yang merupakan pengambilan sampel sesuai dengan karakteristik pada populasi penelitian yang mudah dijangkau oleh peneliti. Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus *lemeshow* oleh Stanley Lemeshow (1997) dalam Andayani (2013) karena jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus *lemeshow* yang digunakan pada penelitian ini:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2} \\
 &= \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} \quad (1) \\
 &= 96,04
 \end{aligned}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- Za = standar distribusi nilai a = 5% (1,96%)
- P = Prevalensi Outcome (data belum didapat maka menggunakan 50%)
- Q = 1-P
- L = Tingkat ketelitian (10%)

Berdasar perhitungan rumus *lemeshow* tersebut, jumlah sampel yang diperoleh adalah 96,04 lalu dibulatkan menjadi 100. Jadi, sampel (n) yang digunakan ada 100 orang muslim di Kabupaten Tulungagung. Sumber data penelitian ini yaitu data primer dengan instrumen penelitian menggunakan kuisisioner online melalui media *google* formulir yang didistribusikan secara *online* menggunakan media sosial *whatsapp* dan *Instagram*. Pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner online bersifat tertutup atau *close quisioner* dengan jumlah 10 pertanyaan. Responden yang telah menerima kuisisioner online kemudian mengisi kuisisioner sesuai dengan pilihan jawaban yang sudah tersedia. Pilihan jawaban menggunakan skala likert yaitu Sangat Setuju (SS) = 5, Setuju (S) = 4, Netral (N) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 (Widoyoko, 2012). Dalam proses pengumpulan data, peneliti melakukan prosedur yang pertama yaitu peneliti membuat daftar pertanyaan pada kuisisioner online dengan media *google* formulir, kemudian peneliti melakukan pengecekan ulang mengenai daftar pertanyaan yang telah dibuat. Sesudah itu, peneliti melakukan strategi dalam mendistribusikan kuisisioner online melalui media sosial *WhatsApp* dan *Instagram*. Setelah data yang dikumpulkan sudah memenuhi target jumlah responden, maka data siap untuk dianalisis. Data primer yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan *SPSS* versi 16 dan *Microsoft Excel* 2013. Kebaikan kuesioner diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Kemudian, data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas memiliki tujuan untuk mengetahui ketepatan derajat antara data sebenarnya pada objek dan data yang dikumpulkan peneliti untuk mengidentifikasi validitas item, dengan dasar keputusan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, kemudian dalam mencari nilai r_{tabel} diawali dengan menentukan nilai df agar mudah mencari nilai r_{tabel} yang sesuai (Arikunto, 2010). Rumus pencarian nilai df menurut Arikunto (2010) yaitu:

$$\begin{aligned} df &= N - 2 \\ &= 100 - 2 \quad (2) \\ &= 98 \end{aligned}$$

Keterangan:

df = *degree of freedom* (derajat kebebasan)

N = jumlah responden atau sampel

Dari rumus diatas dapat dilihat nilai df adalah 98. Kemudian nilai r_{tabel} dilihat dengan memperhatikan derajat kebebasan nomor 98 dengan taraf signifikan 0,05 yaitu 0,19. Berikut hasil uji validitas pada setiap variabel:

Tabel 1. Analisis Uji Validitas

Nomor Kuisisioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Labelisasi Halal			
1	0,75	0,19	Valid
2	0,72	0,19	Valid
3	0,77	0,19	Valid

4	0,74	0,19	Valid
5	0,78	0,19	Valid
Keputusan Pembelian			
6	0,66	0,19	Valid
7	0,79	0,19	Valid
8	0,81	0,19	Valid
9	0,79	0,19	Valid
10	0,60	0,19	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, keputusan yang diperoleh adalah seluruh variabel dinyatakan valid karena karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha lebih dari 0,6 atau *cronbach's alpha* $> 0,6$. Hasil uji reliabilitas yang telah diperoleh menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dinyatakan reliabel karena memiliki nilai lebih dari 0,6 yaitu $0,91 > 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel labelisasi halal (X) dan variabel keputusan pembelian (Y) berdistribusi normal atau tidak (Arikunto, 2010). Uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*, data berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari taraf signifikansi 5% (0,05). Hasil uji normalitas yang telah diperoleh menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,510 (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) sehingga kesimpulannya adalah data berdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Uji Linearitas Data

Berguna untuk mengetahui dua variabel pada penelitian ini bersifat linier atau tidak secara signifikan. Kedua variabel dikatakan linier jika nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil analisis uji linieritas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada kolom *deviation from linearity* adalah 0,058. Angka tersebut lebih besar dari syarat linier 0,05 sehingga kesimpulannya adalah variabel labelisasi halal (X) dan variabel keputusan pembelian (Y) bersifat linier.

Uji Hipotesis

Uji Analisis Regresi Linier Sederhana. Analisis ini bertujuan mengetahui pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). Rumus persamaan regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX + e \quad (3)$$

Keterangan:

- Y : Variabel Dependen
- a : Konstanta
- X : Variabel Independen
- B : Koefisien Regresi
- E : error

Uji analisis ini menggunakan data yang berasal dari tanggapan responden pada pertanyaan yang mengandung indikator masing-masing variabel. Berikut hasil uji analisis dengan spss versi 16:

Tabel 2. Analisis Statistik

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,026	1,405		2,154	0,034
Labelisasi Halal	0,808	0,065	0,782	12,420	0,000

Sumber: Data Primer Yang Diolah

Berdasarkan tabel 2 tersebut dapat dijelaskan bahwa :

- Persamaan yang diperoleh yaitu $Y = 3,026 + 0,808 X$ Persamaan tersebut sesuai dengan rumus regresi linier sederhana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013) pada penjelasan sebelumnya.
- Nilai konstanta adalah nilai variabel keputusan pembelian sebelum dipengaruhi variabel labelisasi halal, dengan nilai sebesar 3,026.
- Koefisien variabel label halal bernilai 0,808 dan memiliki signifikansi kurang dari 0,10. Hal tersebut menunjukkan variabel halal berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Jika terdapat penambahan variabel labelisasi halal sebesar satu satuan, maka variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,808 satuan.

Uji T

Uji T bertujuan mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara individual dalam- menginterpretasikan variabel dependen dengan membandingkan nilai thitung dan ttabel. Dasar pengambilan keputusan Uji T yaitu jika nilai thitung > ttabel atau nilai signifikansi < 0,10 maka Hipotesis diterima. Berdasarkan hasil uji T yang telah dilakukan, Hipotesis diterima karena nilai signifikansi 0,034 < 0,10. Kemudian nilai thitung 2,154 > nilai ttabel 1,660. Nilai ttabel dilihat pada Tabel T dengan derajat kebebasan 98 (100-2) pada probabilitas 10% (0,10) lalu diperoleh ttabel 1,660. Dengan demikian Ha diterima dengan pernyataan terdapat pengaruh yang bersifat positif serta signifikan labelisasi halal (X) terhadap keputusan pembelian (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Nilai Koefisien Determinasi berguna untuk mengetahui persentase tingkat pengaruh variabel labelisasi halal dalam model regresi terhadap variabel keputusan pembelian.

Tabel 3. Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,782	0,612	0,608	1,930

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 3 diatas, nilai koefisien determinasi sebesar 0,612 atau memiliki persentase 61,2%. Hal tersebut berarti, variabel labelisasi halal (X) mampu mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 61,2%.

Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan

Hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, merupakan analisis terhadap rangkaian uji yang dilakukan setelah menyebar kuisioner kepada 100 responden kemudian diolah dalam SPSS versi 16. Hasil analisis tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal (X) terhadap keputusan pembelian (Y) produk air minum dalam kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan hasil penelitian, nilai konstanta keputusan pembelian sebelum dipengaruhi variabel labelisasi halal adalah 3,026. Kemudian nilai koefisien regresi pada variabel labelisasi halal sebesar 0,808 > taraf signifikan 0,10 dan bernilai positif, hal tersebut berarti labelisasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan dan apabila terjadi penambahan variabel labelisasi halal sebesar satu satuan terhadap variabel keputusan pembelian maka akan mengalami peningkatan sebesar 0,808 satuan. Sedangkan untuk persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 3,026 + 0,808 X$. Hasil dari Uji T menunjukkan nilai thitung > nilai ttabel dengan hasilnya $2,154 > 1,660$ yang membuktikan bahwa hipotesis diterima, dengan demikian labelisasi halal memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung. Hasil Uji T pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Bulan (2016) yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut sesuai dengan ketentuan konsumsi dalam syariat Islam pada Q. S. Al- Baqarah : 168 dan Q. S. Al - Maidah 5(88), bahwasannya terdapat perintah dari Allah SWT untuk senantiasa bertaqwa kepadaNya karena Allah SWT telah memberi rezeki halal dan baik maka janganlah kita sebagai umat muslim mengikuti jejak syaitan, karena mereka musuh yang nyata.

Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,612 jika dipersentasekan adalah 61,2% maka tingkat pengaruh labelisasi halal (X) terhadap keputusan pembelian (Y) produk air minum dalam kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung adalah sebesar 61,2%. Sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal tersebut mengandung arti bahwa sebesar 61,2% masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung mengutamakan kehalalan produk dalam melakukan pembelian. Mengutamakan kehalalan produk sama dengan menghindari larangan dalam syariat Islam yang dapat membahayakan umat, seperti teori yang dikemukakan Zulham (2018), halal merupakan segala sesuatu yang bebas dari bahaya dunia dan akhirat, yang berarti umat muslim boleh melakukan segala hal yang diperbolehkan dengan bebas tanpa terikat unsur syara'. . Kemudian hasil penelitian ini juga sesuai dengan Prinsip Konsumsi Syariah yang dinyatakan oleh Muhammad (2012) yaitu:

a) Memperhatikan aspek ilmiah

Didalam aspek ilmiah halal tidak terlepas dari kebersihan dan kualitas produk yang dijaga dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung mempercayai label halal yang tercantum pada produk air minum dalam kemasan memiliki kebersihan dan kualitas yang baik karena pihak MUI mengeluarkan sertifikasi halal dengan terlebih dahulu harus melakukan uji halal secara baik dan profesional oleh LPPOM-MUI. Manusia yang mencintai kebersihan telah mengimplementasikan Hadist Riwayat Tirmidzi sebagai berikut:

Artinya: “*Rasulullah SAW bersabda: Allah SWT itu suci yang mencintai hal yang suci, Dia Maha Bersih yang mencintai kebersihan, Dia Maha Mulia yang mencintai kemuliaan, Dia Maha Indah yang mencintai keindahan, maka dari itu bersihkanlah tempatmu*” (H.R. Tirmidzi).

b) Memperhatikan nilai moralitas

Menurut hasil penelitian ini bahwasannya masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung memperhatikan kehalalan produk air minum dalam kemasan berarti masyarakat muslim tersebut menjaga martabat seorang manusia, sehingga dapat meningkatkan kualitas moral serta spiritual. Dengan demikian, masyarakat muslim tersebut akan memperoleh keberkahan dari Allah SWT seperti yang dijelaskan dalam Surat Al-Maidah ayat 90:

أَمْثُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوا يَأَيُّهَا الَّذِينَ هُ لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ

Artinya: “*Wahai orang – orang yang ber iman, sesungguhnya, minuman keras, judi, (berkorban pada) berhala, serta mengundi nasib menggunakan anak panah merupakan perbuatan yang keji dan termasuk dalam perbuatan syaitan. Jadi, jauhilah (perbuatan – perbuatan) tersebut supaya kamu mendapat keuntungan.*” (Q.S. Al-Maidah : 90)

Makna dari Surat Al-Maidah ayat 90 tersebut bahwasannya sebagai umat muslim diwajibkan untuk menjauhi perbuatan keji, karena hanya akan menjauhkan umat muslim dari Allah SWT sehingga tidak ada keberkahan yang diperoleh dari perbuatan tersebut, jika perbuatan keji dijauhi dan senantiasa patuh kepada Allah SWT maka akan mendapat keberkahan karena Allah SWT selalu dekat dengan hambaNya yang mematuhi perintah dan menjauhi laranganNya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan pada masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut menandakan, masyarakat muslim Kabupaten Tulungagung memiliki pengetahuan yang baik terkait konsep halal untuk diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Hendaknya umat muslim selalu memperhatikan kehalalan produk sebelum mengkonsumsi sesuatu seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik dan lainnya. Karena Allah SWT mewajibkan umat muslim untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal saja. Aturan konsumsi sesuatu yang halal diwajibkan dengan bertujuan untuk kebaikan suatu umat agar senantiasa terhindar dari bahaya sehingga mencapai berkah di dunia dan akhirat.

Temuan ini telah menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan, oleh karena itu penting bagi pelaku usaha untuk melengkapi informasi halal pada produknya sesuai prosedur yang berlaku di Indonesia. Peneliti menghimbau masyarakat muslim lainnya agar senantiasa memperhatikan label halal pada kemasan produk apapun, agar terhindar dari hal buruk.

5. REFERENSI

- Andriarsi, M.K. 2020, *Pandemi Membuat Kesadaran Pola Hidup Sehat Meningkat*. <https://katadata.co.id/ariemega/infografik/5f5b532185fa5/pandemi-membuat-kesadaran-pola-hidup-sehat-meningkat>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2020.
- Arifin, A. 2020. Pengaruh Labelisasi Halal, Pengetahuan Konsumen, Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi ke 6, Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Propinsi Jawa Timur. *Jumlah Penduduk Hasil Proyeksi Menurut Provinsi dan Jenis Kelamin Tahun 2020*. Jawa Timur: BPS.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. *Jumlah Penduduk Hasil Proyeksi Menurut Kecamatan dan Agama yang dianut 2019*. Tulungagung: BPS.
- Barus, K. 2020, *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Meningkat, powerCommerce Asia Tangkap Peluang, Luncurkan Halal Plaza*. <https://www.google.co.id/amp/s/m.industry.co.id/amp/read/65748/jumlah-penduduk-muslim-indonesia-meningkat-powercommerce-asia-tangkap-peluang-luncurkan-halal-plaza>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2020.
- Bulan, T.P.L. 2016. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. 1: 431-439.
- Dewi, M.N., dan Samuel, H. 2015. Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 3 (1): 1-13.
- Djumena, E. 2018, *7 Tanda Gaya hidup Anda Tak Sesuai Dengan Pendapatan*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/22/080800426/7-tanda-gaya-hidup-anda-tak-sesuai-dengan-pendapatan?page=all>. Diakses pada tanggal 13 Januari 2021.
- Ghozali, I. 2011 . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasib. 2020. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Mengonsumsi Makanan Ringan di UNESA Ketintang. *Jurnal Ekonomi Islam*. 3 (1): 23-32.
- Hayet. 2019. Pengaruh Labelisasi halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia). *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*. 10 (1).
- Hijriani, A., Muludi, K., dan Andini, E.A. 2017. Impelementasi Metode Regresi Linier Sederhana Pada Penyajian Hasil Prediksi Pemakaian Air Bersih PDAM Way Rilau Kota Bandar Lampung Dengan Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Informatika Mulawarman*. 11 (2): 37-42.
- Humaniora. 2020, *Wow Ada 7780 Produk Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/329456/wow-ada-7780-produk-air-minum-dalam-kemasan-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2020.

- Irrubai, M. L. 2015. Strategi Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society (Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi)*. 13.
- Kurniawan, F.Y., dan Sari, D. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Konveksi Inglorious Industries di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*. 4(1).
- Kutresnaningdian, F., dan Albari. 2012. Peran Kesadaran Kesehatan dan Perhatian Pada Keamanan Makanan Terhadap Sikap dan Minat Konsumen dalam Membeli Makanan Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 2(1): 44-58.
- Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. 2020.
- Muhammad. 2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Erlangga. Jakarta.
- Andayani, T.M. 2013. *Farmakoekonomi Prinsip dan Metodologi*. Bursa Ilmu. Yogyakarta.
- Nisa, N.H. 2018. Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Akan Pentingnya Menjaga Kesehatan Melalui Media Sosial “Lebih Baik Mencegah Dari Pada Sakit”. *PROMKES*. 6 (12).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang *Label dan Iklan Pangan*.
- Pitipaldi, K., Bakhtiar, A., dan Suliantoro, H. 2018. Analisis Korelasi Spearman SNI ISO Standar Sistem Manajemen Kualitas Terhadap Hak Kekayaan Industrial Di Indonesia. *Industrial Engineering Online Journal*. 7(1).
- Qur’an Kementrian Agama Republik Indonesia *surat Al-Baqarah (168), Al-Maidah (90), dan Al-Maidah (88)*.
- Sartika, D. 2017. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. 2 (1): 10-21.
- Subamia, I.D.P., SriWahyuni, I.G.A.N. , dan Widiasih, N.N. 2019. Analisis Resiko Bahan Kimia Berbahaya di Laboratorium Kimia Organik. *Wahana Matematika dan Sains: Jurnal Matematika, Sains, dan Pembelajarannya*. 13(1): 49-70.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 *tentang Cipta Kerja*.
- Widi, R. 2011. Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (JKG Unej)*. 8 (1): 27-34.
- Widoyoko, E.P. 2012. Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. *Pustaka Pelajar*. 15.
- Zulaicha, S., dan Irawati, R. 2016. Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi dan Bisnis*. 4(2): 123-136.
- Zulham, S. 2018. *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*. Edisi Pertama, Kencana. Jakarta
- Zuraya, N. 2019, *82 Persen Sungai di Indonesia Tercemar dan Kritis*. <https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/porsc1383/82-persen-sungai-di-indonesiatercemar-dan-kritis>. Diakses pada 5 Desember 2020