

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak penduduk dengan mayoritas penduduknya beragama Islam. Maka dari itu tidak heran lagi bahwa umat muslim dalam menentukan sesuatu harus didasari dengan aturan-aturan yang telah ditentukan syariat Islam, salah satunya dalam hal memenuhi kebutuhan. Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia dapat diartikan sebagai suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan atas dasar tertentu. Manusia membutuhkan beberapa hal untuk bertahan hidup seperti kebutuhan pangan, sandang dan tempat tinggal. Dalam rangka memenuhi kebutuhannya tersebut manusia mengonsumsi suatu barang dan jasa.

Mengonsumsi suatu produk tidak boleh sembarangan, karena kita tidak tahu apa saja kandungan yang terdapat di dalam produk tersebut. Oleh karena itu, masyarakat sebagai konsumen harus kritis dengan suatu produk yang akan dikonsumsi terutama dalam hal konsumsi pangan. Konsumen tidak hanya sekedar menuntut produk pangan yang terjamin kandungan gizinya, namun juga keamanannya. Bagi konsumen muslim, produk pangan yang aman bukan hanya sekedar terbebas dari cemaran fisik, kimia maupun mikrobiologi, namun juga ada

unsur yang hakiki, yaitu aman dari bahaya barang yang diharamkan atau diragukan (Adisasmito, 2008, hal. 2).

Konsumsi dalam Islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuensi dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain. Oleh karena itu, seorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan di konsumsinya (Pujiyono, 2006, hal. 196).

Kehalalan adalah indikator awal bagi konsumen muslim dalam mengonsumsi produk. Halal diperuntukan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syariat Islam. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah/2: 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.(QS. Al-Baqarah:2/168)

Dari ayat di atas Allah memerintahkan umat manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik. Makanan yang halal dan baik merupakan makanan yang mengandung banyak khasiat serta baik untuk kesehatan. Makanan yang halal adalah makanan yang dibolehkan secara agama dari segi hukumnya baik halal dari segi zatnya maupun hakikatnya.

Ketatnya persaingan bisnis industri makanan menuntut perusahaan untuk lebih mengetahui hak-hak konsumen, yaitu meningkatkan produk-produk makanan yang bermutu dan aman. Salah satu hak konsumen muslim adalah adanya informasi label halal pada suatu produk. Label halal sangat dibutuhkan bagi konsumen muslim yang berada di negara Indonesia khususnya dan bagi negara muslim lain yang ada di seluruh dunia. Umat muslim mempunyai kebutuhan khusus sesuai syariat Islam untuk memakan makanan yang halal dan tayyib. Pencantuman label halal sebagai sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang dijualnya. Sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera di kemasan. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 pada Pasal 10 Ayat 1 Tentang Label dan Iklan Pangan, bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label. Di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang berwenang untuk menjamin dan menentukan kehalalan suatu produk. Dalam kerjanya, MUI dibantu oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini dibentuk untuk membantu Majelis Ulama Indonesia dalam menentukan kebijaksanaan, merumuskan ketentuan-ketentuan,

rekomendasi dan bimbingan menyangkut pangan, obat-obatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Islam (Adisasmito, 2008, hal. 10).

Menurut Yuswohady (2015), “label halal sendiri adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos uji kehalalan sesuai syariat Islam. Pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut” (hal. 23). Adanya label halal pada suatu produk dapat digunakan sebagai panduan bagi konsumen muslim untuk memilih atau membeli produk tersebut.

Produk dalam kemasan adalah salah satu produk yang sangat diminati oleh masyarakat karena mudah untuk didapatkan dan tidak repot saat penyajiannya begitupun dengan produk mie instan, dimana sekarang mie instan sudah bisa dibilang menjadi salah satu makanan yang sering dikonsumsi sebagai pengganti nasi atau makanan pokok lainnya, karena kemudahan dan rasa yang ditawarkan tidak kalah dengan makanan pokok. Konsumsi penduduk Indonesia terhadap mie instan sangatlah besar dari data yang dikeluarkan oleh *World Instant Noodle Association* (WINA) menyatakan Indonesia adalah negara kedua terbesar setelah China yang mengonsumsi mie instan dengan angka konsumsi mencapai 12,5 miliar bungkus di tahun 2018.

Belakangan ini banyak produk makanan kemasan luar negeri yang populer di Indonesia. Salah satu produk yang sedang populer di kalangan masyarakat saat ini adalah mie instan asal Korea Selatan yang memiliki rasa

sangat pedas atau yang lebih dikenal dengan nama *Samyang*. Berkembangnya kebudayaan Korea Selatan seperti film, drama, musik, sampai kepada makanan cepat saji menyebabkan masyarakat Indonesia khususnya dikalangan anak muda menggemari mie Samyang tersebut. Mie Samyang digemari karena memiliki rasa yang khas yaitu terkenal pedasnya. Selain itu mie Samyang ini juga memiliki porsi yang besar dibandingkan dengan mie instan pada umumnya serta memiliki lembaran mie yang juga tebal, sehingga menjadi kepuasan tersendiri bagi para penikmat mie samyang tersebut. Sebenarnya nama produk mie ini bukanlah samyang, mie instan ini bernama *Buldak Bokkeummyeon*, sedangkan samyang adalah nama perusahaan yang memproduksi mie tersebut yaitu Samyang Foods Co, Ltd. Hanya karena hurufnya yang bisa dibaca oleh orang Indonesia (huruf romanji) di dalam kemasan mienya itu Samyang, jadi mie ini disebut mie Samyang. Padahal mie Samyang itu adalah nama perusahaan pembuatannya.

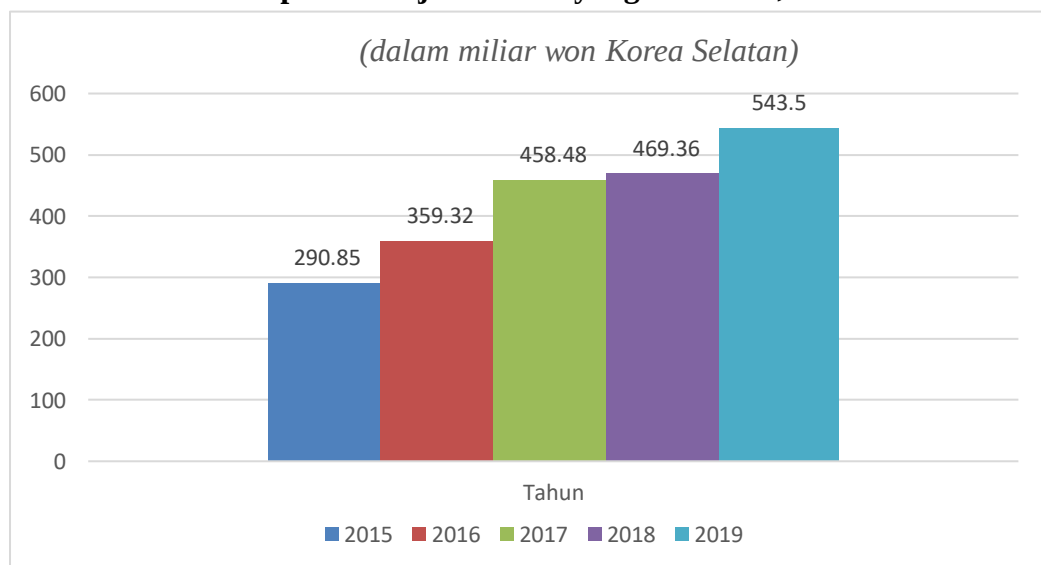
Minat yang tinggi pada mie Samyang ini dibuktikan lewat angka penjualannya yang tinggi. Elevania salah satu *market place* Indonesia mencatat bahwa transaksi jual beli mie samyang ini mencapai rata-rata penjualan 9.210 bungkus dalam per hari. Harga jual mie Samyang sendiri terbilang jauh lebih mahal dibanding jenis mie instan lain yang ada di Indonesia yaitu dengan harga jual sebesar Rp 18.300. Mie samyang biasanya dapat ditemukan di Indomaret, Alfamart dan mini market lainnya yang tersebar di Indonesia.

Besarnya permintaan terhadap mie Samyang tersebut juga didorong oleh fenomena *Samyang Challenge* yang semakin berkembang di Indonesia. *Samyang Challenge* adalah aktivitas yang dilakukan oleh para *netizen* bersama teman atau

keluarganya dengan mengonsumsi mie Samyang disertai dengan tantangan tidak boleh meminum air mineral sebelum menghabiskan mie Samyang tersebut. Aktivitas *Samyang Challenge* ini banyak diikuti oleh banyak orang dan sempat menjadi *trending topic* di media sosial.

Dilansir dari Korea Joong Ang Daily, Asia Tenggara termasuk Indonesia berkontribusi 35% terhadap total pasar dari mie Samyang pada tahun 2016. Populernya produk mie Samyang telah membuat perusahaan yang memproduksinya yaitu Samyang Foods Co, Ltd mencapai angka pendapatan penjualan tertinggi dalam lima tahun terakhir yaitu di tahun 2019. Pada tahun 2019, pendapatan penjualan Samyang Foods Co, Ltd mencapai sekitar 543.5 miliar won Korea Selatan, meningkat dari sekitar 469.36 miliar won Korea Selatan di tahun sebelumnya. Berikut tabel pendapatan penjualan Samyang Food dalam lima tahun terakhir (2015-2019):

Tabel. 1.1
Pendapatan Penjualan Samyang Foods Co, Ltd 2015-2019



Sumber: www.statista.com

Mie Samyang merupakan produk mie instan yang diimpor oleh PT. Korinus dari Korea Selatan yang sebelumnya sempat diragukan kehalalannya dan diisukan mengandung babi karena produk tersebut sempat dipasarkan belum memiliki label halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Faktanya terjadi dilapangan bahwa Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menemukan empat jenis produk mie instan yang juga berasal dari Korea Selatan positif mengandung fragmen DNA spesifikasi babi. Keempat produk tersebut adalah merek Samyang (dua varian) yaitu Nongshim dan Ottogi. Produk tersebut diantaranya U-Dog, Nongshim Shim Ramyun Black, Samyang rasa Kimchi dan Ottogi Yeul Ramen. Keempat produk mie instan tersebut diimpor oleh PT. Koin Bumi (Liputan6, 2017).

Pada saat kabar tersebut beredar, PT. Korinus yang juga selaku perusahaan yang mengimpor mie Samyang sempat terdampak terhadap isu produk mie Samyang yang dipasarkan itu tidak halal mengingat mie Samyang yang diimpor oleh PT. Korinus ini belum memiliki label halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Mie Samyang yang diimpor PT. Korinus tersebut sebenarnya sudah mendapatkan izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sejak tahun 2013 dan sudah memiliki label halal, namun label halal tersebut bukan berasal dari Majelis Ulama Indonesia melainkan label halal dari *Korean Muslim Federation* (KMF).

Untuk meredakan kekhawatiran itu, pihak PT. Korinus selaku yang bertanggung jawab atas beredarnya mie Samyang langsung mengurus label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sekarang mie Samyang tidak perlu lagi

diragukan kehalalannya karena pada tanggal 28 September 2017 telah resmi mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan nomor sertifikat 90084950917. MUI telah mengeluarkan sertifikasi halal untuk beberapa varian mie Samyang dengan merek baru yaitu Samyang Green. Varian rasa yang sudah dinyatakan halal yaitu Samyang Green Hot Chicken Ramen, Samyang Green Hot Chicken Ramen Cheese, Samyang Green Hot Chicken Ramen Carbonara dan Samyang Green Hot Chicken Ramen Extra Hot (Kumparannews, 2017).

Gambar 1.1
Produk Mie Samyang



Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Menghadapi banyaknya isu tentang produk-produk di pasaran yang diragukan kehalalannya, konsumen harus lebih berhati-hati sebelum membuat keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan kesimpulan terbaik dari seseorang individu konsumen untuk melakukan pembelian setelah sebelumnya melalui beberapa tahapan, diantaranya pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pascapembelian. Dalam membuat suatu keputusan pembelian produk halal, konsumen muslim memiliki

patokan paling aman yaitu tersedianya sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam bentuk adanya label halal pada kemasan produk pangan.

Kota Banjarmasin merupakan salah satu kota yang tidak bisa terhindar dari perubahan zaman yang menyebabkan mudah masuknya berbagai macam gaya dan kebudayaan dalam kehidupan masyarakatnya, sehingga dipilih menjadi tempat penelitian. Kota Banjarmasin ini juga memiliki karakteristik wilayah dengan tingkat perkembangan ekonomi yang relatif tinggi dan pusat dari perdagangan, sehingga Kota Banjarmasin memiliki potensi dan peluang bagi produsen dan pedagang untuk menawarkan segala macam produk khususnya produk pangan. Mengingat semakin tingginya pertumbuhan masyarakat di Kota Banjarmasin dan karena adanya dorongan perilaku masyarakat kota yang cenderung konsumtif, dikhawatirkan masyarakat salah dalam mengambil keputusan pembelian dalam mengonsumsi makanan.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas disertai bukti ilmiah mengenai apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie Samyang. Perlu adanya sebuah penelitian ilmiah. Untuk itu, akan dilakukan penelitian dengan menjadikan masyarakat muslim Kota Banjarmasin sebagai populasi, karena mayoritas masyarakat Kota Banjarmasin adalah umat muslim yang memang sudah seharusnya mengerti, memahami dan mempertimbangkan tentang hukum yang berlaku mengenai label halal pada produk yang hendak dibelinya tersebut. Dari latar belakang tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Mie Samyang di Kota Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie Samyang di Kota Banjarmasin?”.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu, untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie Samyang di Kota Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Untuk para mahasiswa dan akademisi, agar dapat memberikan kontribusi dalam kajian ilmiah dan pengembangan khazanah ilmu pengetahuan dibidang kesyariahan dan ekonomi Islam.
2. Untuk para pengusaha dan praktisi, agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dan rujukan mereka yang hendak mengambil dan menjalankan usaha yang sejenis.

3. Sebagai tambahan informasi bagi mereka yang hendak melakukan penelitian dari permasalahan yang sejenis dan lebih mendalam dari aspek dan sudut pandang yang berbeda.
4. Memberikan tambahan referensi untuk kepustakaan bagi para akademisi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya untuk jurusan Ekonomi Syariah dan masyarakat pada umumnya

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam menginterpretasikan judul dan permasalahan yang akan penulis kemukakan dalam penelitian ini dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian tersebut, maka penulis membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti orang benda yang turut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang (Bahasa, 2005, hal. 849). Yang dimaksud dengan pengaruh disini adalah pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie samyang.
2. Label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut sudah lolos uji kehalalan sesuai syariat Islam. Pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut

(Yuswohady, 2015, hal. 23). Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang tercantum pada kemasan produk mie Samyang..

3. Keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan, yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk (Kotler & Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12, 2008, hal. 181). Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk mie Samyang.
4. Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kertajaya & Sula, 2006, hal. 45).
5. Mie Samyang merupakan produk mie instan impor dari Korea Selatan yang diproduksi oleh Samyang Food Co, Ltd.
6. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Banjarmasin yang beragama Islam dan pernah membeli serta mengonsumsi produk mie Samyang.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian terhadap penelitian ilmiah yang terkait dengan masalah yang diangkat penulis, maka telah ditemukan

beberapa penelitian sebelumnya yang juga mengkaji permasalahan yang hampir mirip dengan yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hamisah (1201150104) mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dengan judul penelitian “Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kedaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman dalam Kemasan pada Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin” (Hamisah, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal dan tanggal kedaluarsa secara simultan dan variabel mana yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian dalam membeli produk minuman dalam kemasan pada mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin, yang terdiri dari label halal dan tanggal kedaluarsa sebagai variabel independen, terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal dan tanggal kedaluarsa berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian minuman kemasan oleh mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin, dilihat dari hasil F_{hitung} adalah sebesar 30,256 sementara F_{tabel} 3,09. Sementara nilai signifikan yang diperoleh adalah sebesar 0,000 dan nilai $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dibandingkan F_{tabel} , sebaliknya nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dibandingkan nilai α . Untuk variabel yang paling dominan

adalah variabel label halal, hal ini dibuktikan dengan angka *unstandardized coefficients* sebesar 0,167 dan *standardized coefficients* 0,371 serta taraf signifikan sebesar 0,000 merupakan angka terbesar dibanding variabel tanggal kedaluarsa.

Hal-hal yang sama dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Persamaan dalam hal ingin mengetahui apakah variabel X bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel Y terikat (dependen) mengenai pengambilan keputusan.
- b. Terdapat pada variabel dependen, yang mana variabel dependennya adalah keputusan pembelian dan terdapat pada salah satu variabel independennya yaitu label halal.

Hal-hal yang berbeda dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Perbedaan dalam hal penentuan variabel bebas (independen) yaitu penulis berfokus pada pengaruh label halal. Sedangkan penelitian ini berfokus pada pengaruh label halal dan tanggal kedaluarsa.
 - b. Terdapat pada objek dan lokasi penelitian. Penelitian oleh Hamisah ini objeknya adalah produk minuman dan lokasi penelitiannya adalah di IAIN Antasari Banjarmasin, tepatnya mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin. Sedangkan penelitian saya objeknya adalah produk makanan dan lokasi penelitiannya adalah di Kota Banjarmasin, tepatnya masyarakat muslim di Kota Banjarmasin.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Yeni Herliani (1202120160) mahasiswa IAIN Palangkaraya Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam dengan judul “Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangkaraya” (Herliani, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen dan label halal terhadap keputusan konsumsi pada produk makanan rumah tangga, yang terdiri dari perilaku konsumen dan label halal sebagai variabel independen terhadap keputusan konsumsi sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian *ex post facto*, dan melakukan analisis data dengan uji regresi berganda. Metode pengumpulan data penulis menggunakan observasi dan angket. Hasil penelitian ini didapatkan dari uji F sebesar 7,132, maka sesuai dengan kriteria uji F tersebut maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara perilaku konsumen dan label halal secara bersama-sama terhadap keputusan konsumsi. Dan dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dan label halal berpengaruh terhadap keputusan konsumsi. Berdasarkan kaidah keputusan dari hipotesis, nilai probabilitas Sig. atau ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,165 yang dapat diartikan bahwa variabel perilaku konsumen dan label halal pada produk makanan rumah tangga mempunyai pengaruh sebesar 16,5% terhadap variabel keputusan konsumsi.

Hal-hal yang sama dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Persamaan dalam hal ingin mengetahui apakah variabel X bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel Y terikat (dependen) mengenai pengambilan keputusan.
- b. Terdapat pada salah satu variabel independennya yaitu label halal.

Hal-hal yang berbeda dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Perbedaan dalam hal penentuan variabel bebas (independen) yaitu penulis berfokus pada pengaruh label halal saja. Sedangkan penelitian ini berfokus pada pengaruh perilaku konsumen dan label halal.
 - b. Terdapat pada lokasi penelitian. Penelitian oleh Yeni Herliani ini lokasinya penelitiannya adalah di Kota Palangkaraya. Sedangkan penelitian saya, lokasi penelitiannya adalah di Kota Banjarmasin.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati Rahman (90100114105) mahasiswa UIN Alauddin Makassar Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan judul “ Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponds White Beauty di Kecamatan Tamalate Kota Makassar” (Rahman, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah labelisasi halal dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Ponds White Beauty. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:
- 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari signifikansi labelisasi halal

sebesar 0,003 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikasi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 3,143 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,671. 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari signifikasi citra merek sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikasi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t_{hitung} sebesar 4,841 yang berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,671.

Hal-hal yang sama dengan penelitian penulis, antara lain:

- a. Persamaan dalam hal ingin mengetahui apakah variabel X bebas (independen) berpengaruh terhadap variabel Y terikat (dependen) mengenai pengambilan keputusan.
- b. Terdapat pada salah satu variabel independennya yaitu label halal dan terdapat pada variabel dependennya yaitu keputusan pembelian.

Hal-hal yang berbeda dengan penelitian penulis, antara lain:

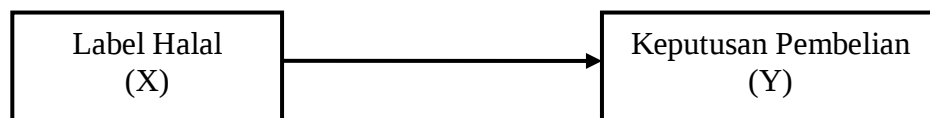
- a. Perbedaan dalam hal penentuan variabel bebas (independen) yaitu penulis berfokus pada pengaruh label halal saja. Sedangkan penelitian ini berfokus pada pengaruh labelisasi halal dan citra merek.
- b. Terdapat pada objek dan lokasi penelitian. Penelitian oleh Rahmawati Rahman ini objeknya adalah produk Ponds White Beauty dan lokasi penelitiannya adalah di Kecamatan Tamalate.

Sedangkan penelitian saya objeknya adalah produk mie Samyang dan lokasi penelitiannya adalah di Kota Banjarmasin.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Adapun kerangka berpikir dalam judul “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Mie Samyang di Kota Banjarmasin” sebagai berikut:

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—————→ : Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian secara parsial

Variabel bebas (X): Label Halal

Variabel terikat (Y): Keputusan Pembelian

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Hipotesis merupakan pernyataan sementara berupa dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya.

Oleh karena itu, hipotesisi berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran (Suryani & Hendrayadi, 2015) hal.98.

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie Samyang di Kota Banjarmasin.

Ha: Terdapat pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie Samyang di Kota Banjarmasin.

I. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah mencari penelitian ini perlu adanya sistematika penulisan skripsi. Skripsi ini terbagi dalam bab-bab yang tersusun secara sistematis, tiap-tiap bab memuat pembahasan yang berbeda-beda, tetapi merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan, secara sistematika penulisan skripsi ini berisi sebagai berikut:

Bab I merupakan bab pertama yang berisi bagian pendahuluan. Dengan membuat latar belakang masalah, yaitu kerangka dasar pemikiran yang menjadi latar belakang permasalahan yang akan diteliti oleh penulis. Permasalahan yang tergambar dalam latar belakang masalah yang akan diteliti maka akan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah dari rumusan masalah yang akan diteliti maka akan ditetapkan tujuan dari penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan.

Setelah itu dimuat juga tujuan dari penelitian yang dimasukkan ke dalam signifikasi penelitian, agar tujuan penelitian ini tidak melenceng dari tujuan yang ingin dicapai, maka peneliti membuat definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam penelitian. Untuk memudahkan dalam penulisan skripsi ini, maka penulis membuat kajian pustaka serta terdapat sistematika penulisan.

Bab II merupakan bab yang menguraikan tentang landasan teori. Pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang akan dihubungkan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari penelitian selanjutnya.

Bab III merupakan bab yang menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan. Pada bab ini terdiri dari: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, variabel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengolahan data serta teknik analisis data. Hal ini dibuat agar penelitian ini sistematis sesuai dengan prosedur penelitian.

Bab IV merupakan bab yang menguraikan tentang laporan hasil penelitian yang berisi penyajian data berupa gambaran umum lokasi penelitian, sejarah singkat produk mie samyang, deskriptif data dan analisis data terhadap beberapa permasalahan yang disesuaikan dengan metode penelitian pada bab ketiga, sehingga dapat memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dalam pembuktian dari hipotesis serta jawaban-jawaban dari pertanyaan yang telah disebutkan dalam rumusan masalah.

Bab V merupakan bab penutup dari penelitian yang dilakukan. Bab ini berisi simpulan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bab pertama. Simpulan bukan merupakan ringkasan dari uraian sebelumnya, melainkan sebagai hasil pemecahan terhadap apa yang dipermasalahkan dalam skripsi. Selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu dan hendaknya saran yang diajukan bersumber pada temuan penelitian, pembahasan dan simpulan hasil penelitian.