

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Konsumsi merupakan salah satu aspek yang tidak dapat kita hindari dalam sebuah kegiatan ekonomi. Adapun pengertian dari konsumsi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) ialah penggunaan barang hasil produksi seperti bahan pakaian, makanan, dan sebagainya. Selain itu, KBBI juga mendefinisikan konsumsi sebagai kegiatan langsung dalam rangka memenuhi keperluan hidup kita (<https://kbbi.web.id/konsumsi>).

Di dalam teori etika konsumsi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim harus memperhatikan beberapa hal yaitu salah satunya mengenai kehalalan atas suatu produk yang dikonsumsi. Hal ini merupakan nilai kepuasan bagi seorang konsumen muslim.

Kegiatan konsumsi tentunya tidak pernah lepas dalam kehidupan sehari-hari mulai dari bangun tidur sampai tidur kembali. Apa yang kita makan? Apa yang kita gunakan? Semua termasuk dalam kegiatan konsumsi. Konsumsi yang dimaksudkan bukan hanya mengenai apa yang kita makan tetapi juga tentang apa yang kita pakai dalam kehidupan sehari-hari.

Misalnya saja dalam berpenampilan, khususnya kaum hawa. Pola perilaku konsumsi seorang wanita sangat berkaitan dengan penampilan. Wanita akan mengonsumsi suatu barang yang akan menunjang penampilannya.

Penampilan merupakan suatu hal penting terkhusus untuk para wanita agar terlihat cantik di depan orang lain. Kebutuhan seorang wanita untuk tampil cantik ini kemudian menjadi alasan bagi produsen untuk menciptakan suatu produk dan menjadi pasar bagi industri kosmetik. Dalam upaya untuk memenuhi hal tersebut kemudian membuat sejumlah perusahaan bersaing dan memaksa mereka untuk memberikan inovasi-inovasi terbaru bagi setiap produknya. Salah satunya dengan memberikan labelisasi halal agar konsumen yakin bahwa produk yang ditawarkan benar-benar bebas dari unsur haram dan tidak dipungkiri pula hal ini juga digunakan produsen untuk kepentingan bisnisnya. Strategi ini diterapkan produsen pada saat produk kompetitor belum sadar terhadap sertifikasi halal. Dengan adanya label halal pada produk menjadikan bahan pertimbangan konsumen untuk membeli. Label halal memberikan nilai tambah bagi suatu produk serta menjadi kekuatan daya saing produsen.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk yang menganut agama Islam terbanyak di Dunia. Pada tahun 2020, penduduk muslim Indonesia diperkirakan mencapai 229 juta jiwa. Ini adalah 87 % dari populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 263 juta jiwa atau sekitar 13% dari populasi muslim di dunia (<https://databoks.katadata.co.id>). Sedangkan di Kabupaten Tanah Bumbu sendiri persentase penduduk yang menganut agama Islam sebesar 95,10% dari jumlah penduduk 325,346 juta jiwa (wikipedia). Kondisi ini tentunya mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia tidak terkecuali di Kabupaten Tanah Bumbu, termasuk dalam industri halal. Setiap produsen harus memenuhi kebutuhan dan hak konsumen muslim. Produk halal adalah bagian dari tanggung

jawab perusahaan terhadap konsumen muslim. Label halal merupakan media informasi bagi konsumen dalam mendapatkan kepercayaan pada produk baik dari dalam maupun luar.

Faktanya, banyak produk kosmetik merajalela dipasaran yang tidak memperhatikan hal tersebut. Yang mana jaminan akan kehalalan produk kosmetik ini sangat penting untuk diperhatikan. Perkara halal dan haram adalah perbincangan yang hangat di Indonesia. dikarenakan sebagian besar penduduknya ialah muslim.

Memperhatikan halal-haram suatu produk merupakan bentuk ketaatan kita sebagai umat muslim. Dalam beberapa ayat alquran Allah secara tegas memerintahkan umat manusia untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Berikut beberapa ayat alquran tentang pentingnya mengkonsumsi makanan yang halal.

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

*Artinya: "Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu." (Q.S Al-Baqarah: 168)*

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ

*Artinya: "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi."*

(Q.S Al-Maidah: 3)

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

*Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu: dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.” (Q.S An-Nahl: 114)*

Dalil-dalil diatas menjelaskan bahwa Allah telah memerintahkan kepada umat manusia agar memakan (mengonsumsi) makanan yang halal. Jika dikaitkan dengan kondisi sekarang, ayat tersebut tidak hanya berlaku sebatas pada makanan, tetapi juga produk-produk yang bisa dipakai (dikonsumsi) oleh manusia, termasuk kosmetik. Menjamin semua umat beragama untuk menjalankan perintah agamanya, maka negara wajib melindungi dan menjamin segala hal yang berkaitan dengan halal dan haram produk yang dipakai.

Kalau apa yang kita konsumsi halal maka, insya allah selamat dunia akhirat. Karena apa yang kita konsumsi hasilnya juga akan mengarahkan pada hal-hal yang halal pula. Tetapi, apabila haram yang kita konsumsi niscaya akan membawa pada keburukan hingga celakalah kita. Sejalan dengan hadits berikut yaitu; “Setiap tubuh yang tumbuh dari (makanan) yang haram, maka api neraka lebih utama baginya (lebih layak membakarnya).” (HR. At-Thabrani).

Dalam hadits yang lain berupa wasiat Rasulullah saw., kepada sahabatnya, Ka’ab bin ‘Ujroh dengan makna: “Wahai Ka’ab bin ‘Ujroh, sesungguhnya tidak tumbuh daging yang berasal dari makanan yang haram, kecuali neraka lebih berhak untuknya.” (HR. At-Turmudzi).

Disebutkan oleh An-Nawawi dalam kitabnya Al-Adzkar: telah diriwayatkan dalam kitab Ibnu Sunni dari ‘Abdullah bin ‘Amr bin Al-‘Ash, dari Nabi saw. bahwa ketika makanan didekatkan kepadanya, beliau saw. biasa

mengucapkan “*Allahumma baarik lanaa fii maa rozaqtanaa wa qinaa ‘adzaaban-naar, bismillah*” (Ya Allah berkahilah kami dengan rezeki yang telah Engkau berikan kepada kami dan jauhkanlah kami dari siksa neraka). Do’a diatas seringkali diamalkan para Muslim . ([www.halalmui.org](http://www.halalmui.org))

Untuk mendukung hal tersebut Didalam pasal 4 UU NO 33 tahun 2014 yang berbunyi “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal” memberikan jaminan kehalalan barang yang dimakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat pada umumnya. Undang-undang menyatakan bahwa barang adalah barang dagangan atau potensi manfaat yang diidentifikasi dengan makanan, minuman, obat-obatan, produk perawatan kecantikan, barang sintetis, barang organik, barang yang dirancang secara turun temurun, sama seperti produk yang digunakan, dimanfaatkan, atau digunakan oleh orang pada umumnya. Produk halal yang dimaksud tentunya menurut syariat Islam. Kosmetik yang halal penting agar menciptakan perasaan tenang khususnya untuk beribadah. Selain perasaan tenang, pemilihan kosmetik halal juga memberikan rasa aman bagi kesehatan konsumen.

Isu-isu yang muncul akibat kesalahan penentuan produk perawatan kecantikan menyebabkan pembeli melakukan banyak pertimbangan sebelum membeli. Tanda halal akan memudahkan pembeli untuk mengenali suatu barang. Guna melindungi hak-hak konsumen Muslim untuk memenuhi kebutuhan konsumsi halal, maka lembaga-lembaga yang berkompeten muncul di beberapa negara di seluruh dunia (Imam Salehudin, 2011, hlm. 36). Di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang berkompeten untuk melakukan

penjaminan kehalalan suatu produk yang dibantu oleh LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini yang berwenang untuk memberikan sertifikat halal pada perusahaan yang akan mencantumkan label halal pada suatu produk. Berikut label resmi dari MUI.

Gambar 1.1

### Label Halal Resmi MUI



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

Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan kosmetik halal, Brand kosmetik “Wardah” hadir sebagai pionir kosmetik halal di Indonesia. Didirikan pada tahun 1995 oleh Nurhayati Subakat, Wardah yang berada di bawah dukungan PT *Paragon Technology & innovation* (PTI), mengawali kiprahnya dari sebuah *home industry* di daerah Cibodas, Jawa Barat.. Hingga saat ini Wardah terus berkembang sampai akhirnya memiliki pabrik-pabrik besar semi otomatis di Kawasan Industri Jatake Tangerang yang berdiri sejak tahun 1998.

Wardah menjamin kualitas dan keamanan produk melalui label halal yang disematkannya pada tiap produk yang diluncurkan. Selain halal, produk Wardah juga aman untuk digunakan. Mulai dari bahan baku, proses produksi, dan hal-hal lainnya yang berkaitan sesuai dengan ajaran Islam yang tidak mengandung unsur haram. Konsep halal dalam Islam selain bahan dan prosesnya tidak mengandung

unsur haram, manfaat serta efek yang diberikan oleh suatu barang khususnya produk kosmetik tidak membahayakan bagi konsumen.

Banyaknya kosmetik ilegal atau mengandung bahan berbahaya yang beredar pastinya meresahkan masyarakat berkaitan dengan keamanan konsumen. Banyak efek samping yang didapat akibat kesalahan pemilihan produk kosmetik. Efek samping yang ditimbulkan dapat membuat kerusakan pada kulit karena zat-zat yang digunakan terlalu keras. Hal ini terjadi karena masyarakat yang ingin mempunyai kulit wajah putih dan bersih tetapi kurangnya informasi mengenai produk yang akan dipakai.

Berkaitan dengan kosmetik ilegal, Kepolisian Resor (Polres) Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan, bersama Kantor Loka Pengawasan Obat dan Makanan (POM) setempat melakukan penyelidikan terkait beredarnya kosmetik ilegal di "Bumi Bersujud" dan sekitarnya guna menjamin keamanan konsumen. Kepala Loka POM menjelaskan, dari ribuan kosmetik yang sudah diamankan oleh pihak Loka POM, pihak kepolisian turut membantu melakukan penyelidikan apakah masih ada oknum yang melakukan peredaran kosmetik maupun makanan yang statusnya ilegal di Tanah Bumbu. (<https://kalsel.antaranews.com>).

Kasus peredaran kosmetik ilegal dengan bahan berbahaya tentunya menjadi masalah yang serius. Sebagai pembeli yang jeli dalam memilih barang wajib mengetahui informasi mengenai produk yang akan digunakan dengan memperhatikan label pada produk. Label halal resmi dari MUI merupakan jalan bagi wanita yang ingin tampil cantik tanpa menyalahi aturan agama dan pastinya aman bagi kulit.

Wardah yang merupakan pendiri produk kosmetik halal tentunya memiliki sertifikasi halal disetiap produk yang ditawarkan. Akan tetapi, sejauh mana label halal pada produk Wardah ini mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Wardah? Apakah label halal pada produk kosmetik Wardah memang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk tersebut? Apakah label halal mendapatkan kepercayaan (*trust*) masyarakat tentang kehalalan suatu produk? Pertanyaan inilah yang kemudian menjadi alasan penulis untuk meneliti tentang pengaruh label halal terhadap keputusan membeli. Alasan peneliti memilih variabel label halal menjadi variabel bebas terlepas dari banyaknya kemungkinan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian karena peneliti ingin membatasi penelitian lebih terfokus pada label halal sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kemudian, berdasarkan kasus peredaran kosmetik ilegal yang pernah terjadi di Kabupaten Tanah Bumbu yang diakibatkan kurangnya perhatian masyarakat terhadap informasi mengenai produk yang akan digunakan. Karena alasan ini yang kemudian membuat peneliti memilih lokasi penelitian di Kabupaten Tanah Bumbu.

Berdasarkan alasan diatas, maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Tanah Bumbu”.



## **B. Rumusan Masalah**

Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Kabupaten Tanah Bumbu?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Kabupaten Tanah Bumbu.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi semua pihak baik secara teoretis maupun praktis. Adapun manfaatnya sebagai berikut:

### 1. Secara Teoretis

- a. Bagi perusahaan, melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upaya pengambilan sebuah kebijakan bagi perusahaan.
- b. Bagi pihak akademik, melalui penelitian ini diharapkan dapat menyajikan informasi serta menambah literatur dan referensi mengenai label halal terhadap keputusan pembelian.
- c. Bagi masyarakat umum, melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman pembaca mengenai label halal terhadap keputusan pembelian.

## 2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis, melalui penelitian ini berguna sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan program Strata Satu (S-1) jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Antasari Banjarmasin.
- b. Bagi pihak luar, melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dalam memahami judul serta permasalahan yang akan diteliti dan sebagai fokus kajian, maka peneliti membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Label halal merupakan pemberian tulisan atau pernyataan halal yang terdapat pada kemasan barang dengan tujuan agar barang yang dimaksud memiliki status sebagai barang halal (Anosa, 2018, hlm.17). Variabel label halal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan dengan maksud memberikan informasi bahwa produk berstatus sebagai produk halal yaitu yang terdapat pada produk kosmetik Wardah.
2. Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang menggabungkan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi beberapa alternatif kemudian memilih salah satunya (Setiadi, 2003, hlm.38). Variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen yang

mengacu pada perilaku pembelian untuk konsumsi pribadi dalam memilih produk kosmetik Wardah.

3. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Barang adalah tenaga kerja dan produk yang dibuat dan ditambahkan pemanfaatan atau nilainya dalam interaksi penciptaan sehingga menjadi produk akhir dari siklus penciptaan. Sedangkan, kosmetik adalah obat atau bahan yang digunakan untuk meningkatkan kecantikan kulit, wajah, rambut, dan sebagainya atau lebih singkatnya berhubungan dengan kecantikan. Dari definisi sebelumnya, kemudian diambil kesimpulan bahwa produk kosmetik adalah barang hasil produksi yang berkaitan dengan kecantikan. Dalam penelitian ini produk kosmetik yang dimaksud ialah “Wardah”.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Sebelum penulis mengkaji lebih jauh tentang label halal dalam keputusan pembelian, penulis mencoba menelaah beberapa karya ilmiah lainnya yang dapat dijadikan referensi dan kajian dalam penelitian, antara lain:

1. Defva Praptiolayasa, Siti Saroh, Daris Zunaid, 2019 “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (*Studi Pada Konsumen Sabun Muka Produk Ponds Di Pasar Kemlagi Mojokerto*)”. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara signifikan antara variabel Labelisasi Halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji T, analisis menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bebas Labelisasi Halal (X1) dan Merek (X2) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini antara lain; menggunakan pendekatan kuantitatif, menggunakan variabel label halal sebagai variabel bebas dan variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya pada penelitian terdahulu menggunakan 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat, kemudian terdapat variabel merk dalam menentukan keputusan pembelian, lokasi penelitian di pasar Kemlagi Mojokerto, dan subjek penelitian pada konsumen sabun muka produk ponds.

2. Hayet, 2019 “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Studi Kasus Kota Pontianak”. penelitian ini menggunakan informasi penting dengan agregat 60 responden dari usia 15-64 tahun dari semua pekerjaan. Instrumen pengumpulan informasi dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan metode survei eksplanatif dan dilakukan pertemuan mendalam. Konsekuensi dari klasifikasi informasi dilakukan dengan investigasi yang jelas dan relaps. Hasil investigasi ini menunjukkan bahwa 43,3 persen responden tergugah untuk menggunakan produk perawatan kecantikan bertanda halal; 53,3 persen responden fokus pada kehalalan produk perawatan kecantikan; 56,7 persen responden menerima bahwa produk perawatan kecantikan yang diberi nama halal terjamin kualitasnya; 61,66 persen responden

menjadikan nama halal sebagai pertimbangan utama dalam membeli produk perawatan kecantikan, 53,3 persen responden fokus pada halal dibandingkan dengan biaya restoratif, dan 73,3 persen responden merasa terpenuhi saat menggunakan produk perawatan kecantikan bernama halal. Responden tidak pasif dan fokus pada tanda halal dalam memanfaatkan produk perawatan kecantikan. Hasil uji t menunjukkan bahwa  $t$  tabel adalah  $8,385 > t$  tabel adalah  $1,671$ . Hasil kekambuhan menunjukkan bahwa nama halal mempengaruhi 78,07 persen pilihan responden untuk membeli produk perawatan kecantikan sedangkan 21,93 persen dipengaruhi oleh unsur yang berbeda.. Adapun persamaan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian ini antara lain; analisis yang digunakan deskriptif kuantitatif, variabel bebas yang digunakan yaitu label halal, dan variabel terikat yang digunakan kepuasan pembelian produk kosmetik. Sedangkan, perbedaan yang terdapat pada penelitian terdahulu yaitu menggunakan metode analisis pengaruh dan studi kasus di kota pontianak.

3. Linda Kurniawati, 2018 “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Muamalah IAIN Ponorogo”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) label halal berpengaruh signifikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(5,761 > 1,993)$ . (2). Harga berpengaruh signifikan sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $(17,992 > 1,993)$ . (3). Secara simultan variable independen (label halal dan harga ) berpengaruh terhadap variable dependen (kepuasan

konsumen) dengan  $f$  hitung  $>$   $F$  tabel ( $167,264 > 3,12$ ). Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini antara lain; menggunakan variabel label halal sebagai variabel bebas, serta fokus penelitian pada produk kosmetik Wardah. Sedangkan perbedaannya antara lain; variabel harga sebagai variabel bebas, kepuasan konsumen sebagai variabel terikat, populasi penelitian ialah mahasiswi fakultas syariah jurusan muamalah IAIN Ponorogo.

4. Lili Sukmawati, 2006 “Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Brand Switching (Kasus Produk Kosmetik Wardah)”. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Data sekunder diperoleh dari perusahaan, Badan Pusat Statistik (BPS), Internet dan media lainnya. Analisis menggunakan Khi-kuadrat dan Brand Switching Pattern Matrix dengan bantuan pengolahan data SPSS versi 12.0 dan Microsoft Excel. Analisis data yang digunakan adalah pemeriksaan terhadap reaksi responden terhadap merek halal yang diklaim oleh Wardah item restoratif dan hubungannya dengan pertukaran merek item oleh pelanggan. Untuk melihat peluang pertukaran merek, Jaringan Contoh Pertukaran Merek digunakan dan kemudian diperoleh proporsi peluang untuk pertukaran merek (masuk akal perubahan) dan ekspektasi bagian masa depan dari keseluruhan industri. Dari hasil pemeriksaan, diketahui bahwa tingkat pemahaman dan kekhawatiran pelanggan terhadap barang-barang korektif yang bernama halal masih rendah. Pembeli yang

menyatakan bahwa mereka perlu menggunakan produk perawatan kecantikan bertanda halal (Wardah) sangat dapat diterima, tepatnya 55% dari semua responden dan sekali lagi menyatakan bahwa nama halal adalah salah satu variabel yang menyebabkan penghapusan hanya 8%. . Dengan chi-square ditemukan adanya hubungan antara penjelasan bahwa merek halal merupakan faktor penyebab relokasi item korektif dan penjelasan bahwa mereka perlu mengubah item restoratif yang diberi nama halal. Faktor utama dalam menggerakkan produk perawatan kecantikan adalah kesamaan item. Sepotong kue harapan Wardah juga diperoleh, yaitu 11,85% tanpa mempertimbangkan ketersediaan barang-barang Wardah yang tersedia. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini antara lain; sumber data dari data primer dan sekunder, label halal sebagai variabel bebas, dan studi kasus pada produk kosmetik Wardah. Adapun perbedaan yang terdapat pada penelitian terdahulu antara lain; menggunakan metode analisis pengaruh, dan *brand switching* sebagai variabel terikat

### **G. Sistematika Pembahasan**

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari lima (5) bab dengan sub bab sebagai berikut:

Pada BAB I Pendahuluan ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, serta penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan.

Pada BAB II Konsumsi dan Keputusan Pembelian Produk Halal ini terdiri masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung penelitian.

Pada BAB III Metode Penelitian ini akan diuraikan tatacara pelaksanaan penelitian untuk mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang telah ditetapkan. Tatacara pelaksanaan penelitian pada sub bab ini meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan dalam penelitian. Untuk mendapatkan hasil penelitian maka akan dilaksanakan suatu analisis yang mana data yang sudah didapat akan dikelola demi menemukan puncak dari penelitian ini, yang mana analisis tersebut akan dibahas di bab analisis data dan pembahasan.

Pada BAB IV Laporan Penelitian dan Analisis Data menjelaskan tentang analisis-analisis yang dilakukan menggunakan bantuan program SPSS yang akan melibatkan angka-angka serta hasil dari berbagai uji yang dilakukan

Pada BAB V Penutup menguraikan kesimpulan mengenai hasil penelitian yang dilakukan serta saran ke berbagai pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini.