

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai insan diciptakan bukanlah tanpa tujuan, melainkan diciptakan untuk beribadah kepada tuhan sang pemilik alam. Sebagaimana kalam Allah dalam QS. Az-Zariyat/51: 56 yang berbunyi:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: *"Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku."* (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 523).

Ibadah merupakan semua aktivitas selain untuk kesejahteraan di dunia namun juga bermuara untuk mencapai ridha Allah SWT. Dalam rangka beribadah, transaksi jual beli merupakan suatu ibadah jika dilandaskan niat karena Allah. Transaksi jual beli terjadi ketika pembeli telah menentukan keputusan mengenai pembelian sebuah produk atau jasa yang ingin dimilikinya. Keputusan pembelian merupakan bagian dari proses membuat pilihan sebelum individu membeli suatu produk. Keputusan pembelian suatu produk dipengaruhi oleh banyak faktor maupun variabel yang mampu membuat individu secara sadar mempertimbangkan pembelian produk yang paling mereka sukai (Arfah, 2022, hlm. 4).

Dalam proses menentukan keputusan pembelian, seorang konsumen akan menentukan produk yang mampu memberikan kepuasan serta kualitas tertinggi. Adapun faktor-faktor yang membentuk kepuasan dan kualitas tertinggi bagi setiap konsumen dapat berbeda. Seorang konsumen yang rasional dan objektif akan

memilih suatu produk dengan kualitas yang bagus, harga yang terjangkau, manfaat yang didapat dan produk yang tidak sukar diperoleh (Ramelan, 2015, hlm. 2). Keputusan pembelian oleh konsumen melibatkan suatu pemikiran terhadap kualitas, manfaat dan harga. Saat ini persepsi konsumen mengenai suatu produk yang mahal harganya sudah pasti terjaga kualitasnya tetapi pada kenyataannya konsumen juga akan mempertimbangkan berbagai faktor yang terdapat pada merek tersebut (Miati, 2020, hlm. 72).

Keputusan pembelian terutama pada umat muslim di Indonesia salah satunya dipengaruhi oleh adanya JPH atau jaminan produk halal. JPH ialah kepastian hukum yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) atas dasar fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal, label halal dan dokumen pendukung lainnya (Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014). Dengan terbitnya jaminan produk halal mampu memberikan keamanan, keselamatan, kenyamanan dan kepastian tersedianya produk halal bagi masyarakat Indonesia khususnya dalam mengkonsumsi serta menggunakan produk tersebut (Fauziah dkk., 2020, hlm. 19).

Jaminan produk halal suatu produk dapat dengan mudah dicermati oleh konsumen melalui label halal yang disertakan pada kemasan. Label halal merupakan tanda kehalalan suatu produk sebagai bentuk pengakuan kehalalan produk. Sejalan dengan Pasal 41 Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014, label halal tidak dapat sembarang dicantumkan pada kemasan produk. Oleh karena itu, label halal yang telah tercantum pada kemasan produk akan mampu memberikan

keyakinan kepada konsumen bahwa produk tersebut telah dijamin kehalalannya serta tidak mengandung bahan najis maupun haram.

Hal ini tentunya selaras dengan perintah agama tentang keharusan mengkonsumsi produk halal yang tertuang dalam QS. An-Nahl/16: 114 yang berbunyi:

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

Artinya: "*Makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya*" (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 280).

Selain label halal sebagai penjamin produk halal, suatu merek yang mampu memenuhi harapan konsumen dan memberikan jaminan kualitas produk pada setiap kesempatan akan memberikan persepsi positif terhadap keputusan pembelian seorang konsumen. Citra merek merupakan persepsi dan keyakinan yang diberikan konsumen terhadap suatu produk. Citra merek yang baik akan memberikan kesan positif terhadap memori konsumen yang membentuk suatu keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan (Umayah, 2018, hlm. 4).

Citra merek merupakan bagian penting dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Dalam pandangan konsumen, citra merek yang baik dan kuat akan membentuk persepsi bahwa perusahaan tersebut memiliki sebuah *value* dan menjadi rujukan penting terutama untuk calon pelanggan baru. Dengan demikian, perusahaan perlu untuk mengelola dan menjaga merek dengan baik agar terciptanya citra merek yang positif yang mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian (Rachmawati & Andjarwati, 2020, hlm. 28).

Di samping itu, Air merupakan komponen kehidupan terpenting setelah oksigen. Air berperan penting dalam kesehatan, kesejahteraan dan keberlangsungan hidup manusia. Menurut beberapa ahli, setidaknya 95% otak manusia tersusun atas air, 82% air terdapat pada darah, sebanyak 75% air ada pada Jantung, 86% ada pada paru-paru, dan lebih kurang 83% air juga terdapat pada ginjal. Untuk menjamin fungsi metabolisme sel tubuh tetap berjalan, diperlukan konsumsi air putih minimal 8 gelas/hari atau setara 2 liter/hari sehingga terjaga keseimbangan cairan dalam tubuh (Kusumawardani & Larasati, 2020, hlm. 92).

Tidak hanya dari segi kuantitas, dua liter air putih yang dikonsumsi juga harus terjaga kualitas dan kebersihannya. Air bersih yang layak dikonsumsi disarankan tidak memiliki rasa atau bau memiliki suhu normal yang berkisar sekitar 10-25°C dan memiliki nilai pH yang diizinkan yaitu 6,5 hingga 8,5 (Ciawi dkk., 2022, hlm. 208). Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, produk air minum dalam kemasan (AMDK) atau yang biasa dikenal dengan air mineral maupun demineral menjadi pilihan sumber air minum yang dinilai bersih, praktis dan lebih sehat bagi sebagian konsumen.

Namun berdasarkan Keputusan Menteri Agama (KMA) Republik Indonesia Nomor 748 tahun 2021, produk AMDK merupakan salah satu jenis produk minuman dengan pengolahan yang wajib memiliki sertifikat halal dengan kode klasifikasi 1.1. Hal ini dikarenakan terdapat titik kritis pada proses penyaringan produk AMDK. Titik kritis halal di sini adalah potensi penggunaan karbon aktif pada proses penyaringan yang berasal dari tulang hewan. Oleh karena itu, air

mineral maupun demineral perlu dipastikan jaminan halalnya melalui sertifikasi halal.

PROE merupakan salah satu merek AMDK yang telah merebak di Kalimantan Selatan. Merek yang dibangun oleh perusahaan PT. Bandangantirta Agung ini telah memiliki sertifikat halal sebagai penjamin halalnya produk PROE. PT Bandangantirta Agung juga berkomitmen serta konsisten menjaga mutu dan kepuasan pelanggan dengan menerapkan SNI ISO 9001 dan SNI 6241:2015 (“PT Bandangantirta Agung: Penghasil Air Murni Ber-SNI,” 2017).

Tabel 1.1 Daftar Kantor dan Pabrik PT. Bandangantirta Agung (PROE)

No.	Keterangan	Alamat
1	Kantor Utama	Jl. A. Yani No. 369, Tatah Belayung Baru, Kec. Kertak Hanyar, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan
2	Pabrik	Jalan P.M. Noor Desa Padang Panjang-Mandiingin, Kalimantan Selatan
3	Pabrik	Jalan Raya Bentok Kampung Rt. 05 Desa Bentok, Kec. Bati-Bati, Kab. Tanah Laut, Kalimantan Selatan

Sumber : PT. Bandangantirta Agung

Produksi AMDK PROE menggunakan sumber mata air dan sumur bor. Pabrik wilayah Kabupaten Banjar desa Mandiingin memproduksi produk menggunakan beberapa sumber air diantaranya berasal dari mata air Gunung Bandang Desa Padang Panjang, mata air Gunung Pulai Desa Mandiingin Timur, Sumur Bor Sungai Binjai Desa Mandiingin Timur, dan Sumur Bor Desa Padang

Panjang. Sedangkan pabrik wilayah Kabupaten Tanah Laut Desa Bentok menggunakan sumber air yang berasal dari lima sumur bor di lingkungan pabrik. Demi menjaga kualitas air minum, Perusahaan ini menggunakan mesin-mesin berteknologi canggih kelas Eropa. Produksi air baku yang diperoleh dari sumber mata air tersebut diolah melalui proses dengan teknologi *Reverse Osmosis* (RO)

sehingga menghasilkan air murni hingga 99,99 persen (“PT Bandangantirta Agung: Penghasil Air Murni Ber-SNI,” 2017).

PT Bandangantirta Agung memiliki kapasitas produksi yang cukup besar di Kalimantan Selatan. Perusahaan ini mampu memproduksi 381.700 dus setiap bulannya. Ditambah pernyataan Direktur PT. Bandangantirta Agung, Chendrawan Sugianto dimana tahun ini kapasitas produksi akan ditingkatkan 200 ton/jam (Febrianto, 2023).

Tabel 1.2 Daftar Produk PROE

No.	Nama Produk	Kemasan
1	PROE	Cup 150 ml, 210 ml, 220 ml
2	PROE	Botol 330 ml
3	PROE	Botol 600 ml
4	PROE	Botol 1500 ml
5	PROE	Galon 19 liter

Sumber : PT. Bandangantirta Agung

Adapun alasan peneliti memilih produk PROE dari PT. Bandangantirta Agung ini adalah:

1. Merupakan industri AMDK yang berasal dari Kalimantan Selatan;
2. Merupakan industri AMDK yang termasuk besar di Kabupaten Tanah Laut, baik dari segi produksi maupun penjualan;
3. Merupakan produk AMDK yang mudah didapat dan tersebar luas di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut;
4. Telah memiliki label halal dengan nomor sertifikat halal ID63310000016381219 yang berlaku hingga 13 Maret 2024.
5. Telah memiliki izin BPOM RI. MD. 265216003004 dan Legalitas AHU-AH.01.03-0435616

Adapun ketertarikan penulis terhadap penelitian ini yaitu karena adanya fenomena kesadaran masyarakat akan kebutuhan air minum yang memenuhi standar air bersih dan sehat serta ingin mengkaji secara ilmiah pengaruh label halal dan citra merek yang dibangun produk PROE oleh PT. Bandangantirta Agung. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Label Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk PROE di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka ditemukan permasalahan sebagai berikut dan dapat dirumuskan:

1. Apakah label halal dan citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut?
2. Apakah label halal dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis secara parsial pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.
2. Untuk menguji dan menganalisis secara simultan pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya:

1. Bagi Penulis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan yang lebih luas tentang pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.
2. Bagi Perusahaan PT. Bandangantirta Agung, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi, masukan yang konstruktif, serta bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut. Serta dengan penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan dan menyebarluaskan citra merek produk PROE kepada masyarakat dan lingkungan akademisi.
3. Bagi Universitas Islam Negeri Antasari, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran untuk memperluas wawasan, khazanah



keilmuan, serta referensi pengetahuan baru yang dapat memberikan kontribusi bagi penelitian ini dan akan bermanfaat untuk penelitian selanjutnya jika membahas topik yang sama.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang pengertian istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis memaparkan definisi operasional penelitian dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut” adalah sebagai berikut:

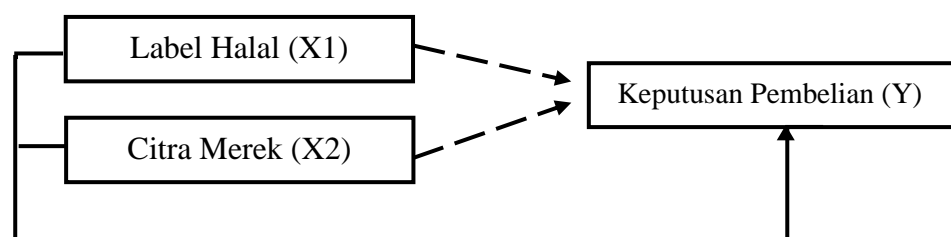
1. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pengaruh adalah kekuatan yang ada dan berasal dari sesuatu (orang, benda) yang membantu membentuk kepribadian, keyakinan, atau tindakan seseorang.
2. Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, Label halal merupakan tanda kehalalan suatu produk sebagai bentuk pengakuan kehalalan produk tersebut yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI. Label Halal yang dimaksud dalam penelitian ini ialah label halal yang tercantum pada produk PROE.
3. Citra merek merupakan persepsi mengenai merek di benak konsumen yang membentuk kepercayaan konsumen maupun pelanggan terhadap suatu merek. (Sitorus dkk., 2022, hlm. 105). Citra merek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah citra merek yang terdapat pada produk PROE.

4. Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan seorang konsumen hasil dari pertimbangan preferensi diantara beberapa merek yang dibentuk dari beberapa faktor diantara minat pembelian dan keputusan pembelian. (Kotler dkk., 2000, hlm. 256) Keputusan pembelian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan masyarakat Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut terhadap pembelian produk PROE. Adapun faktor-faktor keputusan pembelian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu label halal dan citra merek produk PROE, hal ini dilakukan agar lebih fokus pada penelitian dan tidak bias dalam proses pengumpulan data.

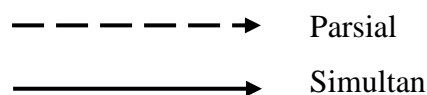
#### F. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1 KERANGKA PEMIKIRAN



Keterangan:



Sumber : Data diolah 2023

## **G. Asumsi Dasar dan Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian Winda Habsari (2020) dan Rahmawati (2023), Variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mie Samyang di Kota Banjarmasin. Begitu juga dengan citra merek, dari penelitian Nurul Istining (2018), citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk Milagros di Kecamatan Pudak Kabupaten Ponorogo. Adapun pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ho : Tidak ada pengaruh secara parsial antara label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.

Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.

2. Ho : Tidak ada pengaruh secara simultan antara label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.

Ha : Terdapat pengaruh secara simultan antara label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.

## **H. Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian terdahulu yang penulis rasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Istining Umayah (2018), dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Milagros di Kecamatan Pudak Kabupaten Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”. Menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa secara parsial, labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara Parsial citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Serta secara simultan, labelisasi halal dan citra merek berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen (Umayah, 2018).
2. Penelitian yang dilakukan oleh Winda Habsari (2020), dengan judul “Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk Mie Samyang di Kota Banjarmasin, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin”. Menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian pada skripsi tersebut, maka diperoleh kesimpulan bahwa label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk Mie Samyang di Kota Banjarmasin. (Habsari, 2020)
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2023), dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Label Halal Dan Label Bpom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Implora Di Kabupaten Balangan”, Universitas Islam Negeri Banjarmasin. Berdasarkan hasil penelitian pada skripsi tersebut, maka diperoleh kesimpulan bahwa Harga, Kualitas Produk, Label Halal Dan

Label Bpom berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Implora Di Kabupaten Balangan

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis/ Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Nurul Istining Umayah (2018), “Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Milagros di Kecamatan Pudak Kabupaten Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”.	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Nurul Istining Umayah, yaitu sama-sama memiliki variabel bebas label halal dan citra merek serta variabel terikat Keputusan Pembelian. Kedua penelitian ini juga memiliki persamaan pada teknik pengumpulan data berupa	Penelitian ini memiliki perbedaan mendasar pada objek penelitian, dimana penelitian yang dilakukan oleh Nurul pada tahun 2018 menggunakan objek konsumen Produk Milagros di Kecamatan Pudak Kabupaten Ponorogo, sedangkan penelitian ini menggunakan objek konsumen produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut. Selain itu, Metode penelitian yang digunakan pun juga berbeda. Penelitian Nurul menggunakan teknik <i>random sampling</i> dengan rumus dari Suharsimi Arikunto untuk penentuan jumlah sampel sedangkan penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> dengan rumus cochrane. Penelitian Nurul menggunakan uji linieritas dan autokorelasi pada uji asumsi klasik, namun pada penelitian ini

		angket atau kuesioner.	tidak menggunakan uji tersebut namun menambahkan uji multikolinieritas dan uji heterokodesitas pada uji asumsi klasik.
2.	Winda Habsari (2020), “Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk Mie Samyang di Kota Banjarmasin, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin”.	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Winda Habsari, yaitu memiliki variabel bebas Label Halal dan variabel terikat Keputusan Pembelian.	Penelitian ini memiliki perbedaan mendasar pada objek penelitian, dimana penelitian yang dilakukan oleh Winda pada tahun 2020 menggunakan objek konsumen Mie Samyang di Kota Banjarmasin, sedangkan penelitian ini menggunakan objek konsumen produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut. Selain itu, terdapat penambahan variabel citra merek pada penelitian ini dibanding penelitian terdahulu. Metode penelitian yang digunakan pun juga berbeda, dimana penelitian Winda menggunakan regresi linier sederhana, sedangkan penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Perbedaan pun terlihat dari penentuan sampel. Penelitian Winda menggunakan teknik <i>random sampling</i> dengan rumus slovin untuk penentu jumlah sampel sedangkan penelitian ini

			menggunakan <i>purposive sampling</i> dengan rumus cochrane sebagai penentu jumlah sampel yang digunakan.
3	Rahmawati (2023) “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Label Halal Dan Label Bpom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Implora Di Kabupaten Balangan”	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Rahmawati, yaitu memiliki variabel bebas Label Halal dan variabel terikat Keputusan Pembelian.	Penelitian ini memiliki perbedaan mendasar pada objek penelitian, dimana penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati pada tahun 2023 menggunakan objek konsumen produk Implora di Kabupaten Balangan, sedangkan penelitian ini menggunakan objek konsumen produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut. Selain itu, terdapat penambahan variabel citra merek pada penelitian ini dibanding penelitian terdahulu. Metode penelitian yang digunakan pun juga berbeda, dimana penelitian Rahmawati menggunakan rumus Lameshow dalam penentuan sampel, sedangkan peneliti menggunakan rumus Cochran. Pada uji asumsi klasik, penelitian Rahmawati menggunakan uji Autokorelasi, sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan uji tersebut.

Sumber : Umayah (2018), Habsari (2020), Rahmawati (2023)

## **I. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Bab I merupakan pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, asumsi dasar dan hipotesis penelitian, penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan.

Bab II merupakan kajian teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni teori tentang sertifikasi halal dan penjelasan tentang label halal, teori citra merek serta teori mengenai keputusan pembelian.

Bab III merupakan metode penelitian. Pada bab ini diuraikan informasi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, desain penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran serta teknik analisis data.

Bab IV merupakan penyajian dan analisis data. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan berupa penyajian data, analisis data serta pembahasan mengenai pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.

Bab V merupakan penutup. Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan, dan saran atas dasar penelitian.