PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FARMASI DI DESA MOJOREJO KECAMATAN KEBONSARI KABUPATEN MADIUN

SKRIPSI

Oleh
Mela Ashari
NIM. G74215078

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SURABAYA
2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama	:	Mela Ashari
NIM	:	G74215078
Fakultas/ Prodi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 18 Januari 2019

Saya yang menyatakan,

Mela Ashari
NIM. G74215078

ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Mela Ashari NIM. G74215078 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 18 Januari 2019

Pembimbing,

Hanafi Adi Putranto, S.Si.,SE.,M.Si
NIP: 198209052015031002

iii

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Mela Ashari NIM. G74215078 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 29 Januari 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi :

Penguji I

Hanafi Adi Putranto, SE, M.Si
NIP. 198209052015031002

Penguji II

Siti Musfiqoh, M.EI
NIP. 197608132006042002

Penguji III

Dr. Fatmah, MM
NIP. 197507032007012020

Penguji IV

Imam Buchori, SE, M. Si
NIP. 196809262000031001

Surabaya, 05 Februari 2019
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Dekan,

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM
NIP. 196212141993031002

iv

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: MELA ASHARI
NIM	: G74215078
Fakultas/Jurusan	: EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/ EKONOMI SYARIAH
E-mail address	: MELAASHARI8@GMAIL.COM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FARMASI DI DESA MOJOREJO KECMATAN KEBONSARI KABUPATEN MADIUN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 Februari 2019

Penulis

(Mela Ashari)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Pengetahuan produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun"** ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengetahuan produk dan Sertifikasi Halal secara simultan maupun parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo, Madiun.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang responden dengan menggunakan *stratified random sampling***.** Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dan wawancara. Sedangkan untuk pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien korelasi dan determinasi, serta regresi linier berganda.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk farmasi dengan proporsi pengetahuan produk (X_1) dan sertifikasi halal (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,542 atau 54,2%. Sedangkan untuk pengujian parsial pengertahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi diketahui bahwa pengetahuan produk (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan untuk variabel kedua yaitu sertifikasi halal (X_2) juga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun.

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti faktor-faktor lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk farmasi dengan semua jenis modern maupun tradisional sehingga bisa memberikan nilai yang lebih tinggi serta dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas terhadap permasalahan yang diteliti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
PERNYATAAN PUBLIKASI v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR TRANSLITERASI xiv
BAB I : PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 10
C. Tujuan Penelitian 11
D. Kegunaan Penelitian 11
BAB II : KAJIAN PUSTAKA
A. Landasan Teori 13
1. Keputusan Pembelian 13
2. Pengetahuan produk 16
3. Sertifikasi Halal 20
4. Konsep Halal 22
B. Penelitian Terdahulu 24
C. Kerangka Konseptual 31
D. Hipotesis 31
BAB III : METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 33
B. Waktu dan Tempat Penelitian 34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Populasi dan Sampel Penelitian 34
D. Variabel Penelitian 36
1. Variabel Independen 36
2. Variabel Dependen 37
E. Definisi Operasional 47
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 40
1. Uji Validitas 40
2. Uji Reliabilitas 41
G. Data dan Sumber Data 41
H. Teknik Pengumpulan Data 42
I. Teknik Analisis Data 43
1. Uji Asumsi Klasik 44
2. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi 46
3. Uji Hipotesis 47
4. Uji Regresi Linier Berganda 48
BAB IV : HASIL PENELITIAN
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 50
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 50
2. Gambaran Umum Responden 52
B. Analisis Data 53
1. Uji Validitas dan Reliabilitas 53
2. Uji Asumsi Klasik 57
3. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi 63
4. Regresi Linier Berganda 64
5. Uji Hipotesis 66
BAB V : PEMBAHASAN
A. Pembahasan Hasil Penelitian 70
1. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Secara Parsial 70
2. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Secara Simultan 73

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan..... 77

B. Saran..... 78

DAFTAR PUSTAKA..... 79

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jumlah dan Persentase Agama Masyarakat Indonesia 2
Tabel 3.1 Data Pendidikan di Desa Mojorejo Madiun 35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama 53
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk 54
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Sertifikasi Halal 55
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 55
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas X_1, X_2, dan Y 56
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas 57
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas 59
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser 61
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Korelasi 63
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi 64
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 65
Tabel 4.14 Hasil Uji F 67
Tabel 4.15 Hasil Uji T 68

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 31
Gambar 4.1 Grafik P-Plot 58
Gambar 4.2 Grafik ScatterPlot 62

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada kegiatan sehari-hari, manusia akan melakukan aktivitas yang berhubungan dengan jual-beli. Seseorang akan membeli suatu produk atau jasa karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya. Proses keputusan konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa terdapat beberapa tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, minat beli, dan kepuasan konsumen.[1]

Banyak masyarakat yang mulai tertarik dengan *halal food*, *halal life style*, dan lain-lainnya, hal ini tidak hanya berlaku untuk umat muslim saja, namun juga terhadap non-muslim. Menurut Sumarwan (2011, h.209) konsumen muslim cenderung memilih produk yang dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang. Kesadaran akan mengkonsumsi produk halal pada konsumen muslim, akibat dari pemahaman agama yang baik dan edukasi produsen mengenai sertifikat halal pada produknya.[2] Pada saat ini banyak masyarakat mulai melihat produk makanan berdasarkan kehalalannya, hal ini terbukti adanya tempat makan dengan tema *halal food*. Kemudian tidak lama kemudian hal ini menarik perhatian masyarakat pada kosmetik dan tempat-tempat yang

[1] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 9.

[2] Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Minat beli (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo)*", Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 2016, Vol. VI/ No.2, 84.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbasis syariah. Setelah banyak muncul fenomena *halal life style*, masyarakat mulai bergeser melihat pada obat-obatan. Kehalalan suatu produk saat ini cukup penting terutama untuk Indonesia, karena Indonesia merupakan Negara dengan mayoritas penduduknya adalah muslim. Hal ini sangat disayangkan mengingat Indonesia adalah Negara dengan mayoritas penduduknya adalah muslim.

Tabel 1.1 Jumlah dan Persentase Agama Masyarakat Indonesia

No	Agama	Jumlah/ total	Persentase
1	Islam	207.176.162	87,18
2	Kristen	16.528.513	6,96
3	Katholik	6.907.873	2,91
4	Hindu	4.012.116	1,69
5	Budha	1.703.254	0,72
6	Khong Hu Cu	117.091	0,05
7	Lainnya	299.617	0,13
8	Tidak Terjawab	139.582	0,06
9	Tidak Ditanyakan	757.118	0,32
Total		237.641.326	100

Sumber: Sensus Penduduk 2010 BPS Indonesia

Indonesia merupakan Negara terbesar dengan pemeluk agama Islam di Asia Tenggara yaitu sebesar 207.176.162.[3] Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk muslim di Indonesia, studi dalam konteks pengakuan kehalalan terhadap produk halal, khususnya dalam produk farmasi perlu diperiksa lebih lanjut. Produk halal yang beredar harus diakui sebagai simbol kebersihan, keamanan, dan kualitas tinggi bagi konsumen khususnya

[3] Badan Pusat Statistik, "Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut", diakses dari https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321 , pada tanggal 30 September pukul 12:41.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen muslim. Pada era globalisasi ini banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen muslim untuk membeli suatu produk yang beredar dalam masyarakat. Dalam hal ini produsen harus bisa mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen muslim secara lebih mendalam sehingga hasilnya dapat memperkuat posisi Indonesia dalam pasar produk halal. Suatu produk akan mendapatkan label/ logo halal dari LPPOM MUI pada kemasannya setelah melakukan sertifikasi halal. Meskipun terdapat logo halal dalam suatu kemasan, tidak semua konsumen sadar untuk memeriksa logo halal yang tercantum pada kemasan. Konsumen menganggap jaminan halal tersebut bukan suatu hal yang krusial dan selama pedagang yang menjual produk tersebut beragama Islam maka produk tersebut sudah dianggap halal. Tujuan utama dari pentingnya sertifikasi halal ini adalah untuk melindungi konsumen muslim (dari segi halal) dan juga konsumen non-muslim (dari segi *thayyib*), namun di sisi lain sertifikasi halal yang bersifat wajib ini dikhawatirkan akan memberatkan produsen kecil karena untuk melakukan sertifikasi seringkali membutuhkan biaya yang tidak sedikit.

Wakil menteri agama, Nasaruddin Umar mengatakan di seminarnya yang diadakan pada tanggal 17-18 Oktober 2012, bahwa Indonesia serius memposisikan diri sebagai pusat halal dunia dan pelopor dalam globalisasi sertifikasi halal. Namun pada kenyataannya saat itu adalah aturan-aturan yang telah dibuat tidak ditaati oleh semua produsen di Indonesia. Masih ada produsen yang mencantumkan label halal, namun belum memiliki sertifikasi halal. Selain itu juga masih ada produsen yang mencantumkan label halal tanpa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seizin MUI. Dalam produk makanan informasi label dapat dilihat dari komposisi produk, namun untuk produk kosmetik dan obat-obatan cukup susah untuk mengetahui informasinya.

Halal adalah kata yang sudah tidak asing lagi untuk konsumen maupun produsen. Namun, karena populasi muslim telah berkembang, kata halal ini sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, bahkan non-Islam telah menyadari terminologi ini. Hal ini mengakibatkan toko-toko dan produk makanan mencantumkan kata hal ini, sebagaimana contohnya di Amerika dan Eropa telah menggunakan kata hal ini untuk kepercayaan dan kebutuhan konsumen khususnya konsumen muslim.[4] Sehingga hal ini membuat konsumen muslim harus lebih berhati-hati dalam membeli, karena tidak semua produsen yang mencantumkan halal memiliki produk yang halal sesuai syariat Islam. Dari fenomena-fenomena yang ada, dapat diketahui bahwa kesadaran terhadap produk halal oleh masyarakat semakin meningkat. Hal ini mulai bergeser pada produk farmasi, dimana produk farmasi adalah produk yang sama-sama dikonsumsi seperti halnya makanan. Oleh karena itu, sertifikasi halal pada produk farmasi juga harus diperhatikan. Obat halal adalah obat-obatan yang bukan dibuat/ terkontaminasi dengan bahan yang haram, namun tidak hanya pada bahan-bahannya saja tapi juga pada cara pengelolaannya.

Sebagai seorang muslim, kebutuhan halal (Halal) dan sehat (*tayyib*) produk (termasuk obat-obatan) tidak hanya bagian dari ibadah untuk mendapatkan ridha Allah SWT, tetapi juga memberikan nutrisi untuk tubuh

[4] Saleha Sadeeqa dan Azmi Sarriff, "Comparing KAP Regarding Halal Pharmaceuticals among General Practitioners and Hospital Doctors", *Journal of Applied Pharmaceuticals Science*, 2014, Vol. 4(10), 92.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

serta jiwa kita karena dengan kebolehan (kehalalan) dan kemurnian produk. Saat ini, sebagai kesadaran umat Islam terhadap bahan Halal dalam makanan dan obat-obatan meningkat, kebutuhan akan informasi yang kredibel dan data dianggap suatu keharusan.[5]

Obat-obatan yang ada di Indonesia diduga banyak yang tidak halal, baik dari bahan atau proses pembuatannya. Masih sedikit produk obat-obatan yang telah memiliki sertifikasi halal. Ketidak pedulian masyarakat akan kehalalan atau ketidak halalan obat disebabkan hukum kedaruratan demi kemanusiaan, padahal fakta lebih dari 90% bahan baku obat merupakan impor dari China dan India.[6]

Dalam permasalahan sertifikasi halal pada produk obat-obatan, menteri kesehatan, Nafsiah Mboi memicu kontroversi. Nafsiah menolak adanya sertifikasi halal pada produk farmasi dalam Rancangan Undang-undang Jaminan Produk Halal (RUU JPH) yang telah disahkan oleh presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 17 Oktober 2014 yang berbentuk UU No. 33 Tahun 2014. Dia mengatakan bahwa hampir semua obat dan vaksin mengandung babi dengan adanya persyaratan sertifikasi halal pada produk farmasi dapat menghambat penanganan pasien yang sakit atau sedang kritis saat harus memikirkan kehalalan suatu produk farmasi tersebut.[7] Sedangkan dalam Islam mengajarkan untuk selalu mengkonsumsi segala sesuatu yang halal, termasuk dalam urusan berobat. Dalam hadis Rasulullah SAW bersabda,

---

[5] Saleha Sadeeqa, et al., "Knowledge, Attitude, and Perception Regarding Halal Pharmaceuticals, among Academiciansin Various Universities of Malaysia", *International Journalof Educational Research and Development,* 2013, Vol. 2(8), 192.
[6] Ibid, 363.
[7] Asrorun Ni'am Sholeh, "Jaminan Halal pada Produk Obat", *Jurnal Syariah 3*, 2015, 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"berobatlah, tetapi jangan berobat dengan barang yang haram" (HR. Abu Dawud). Hadis tersebut memberitahukan bahwa dalam Islam syarat halal untuk memperoleh kesembuhan tetap berlaku Islam dalam kondisi *ikhtiar*. Dalam perspektif Islam, pencegahan penyakit hukumnya wajib untuk merealisasikan kemaslahatan dan kesehatan paripurna.[8] Secara proaktif, Nabi Saw. telah menganjurkan untuk hidup sehat, antara lain dengan memilih makanan yang halal dan sehat, berolahraga, dan menghindari konsumsi yang membahayakan.

Sebagaimana seperti yang ditegaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah/2: 173 sebagai berikut,

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۖ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيم (٢: ١٧٣)

Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, danging (hewan) yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa (memakannya) bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun dan Maha Penyayang (Q.S. Al- Baqarah/2: 173).[9]

Dalam ayat tersebut menjelaskan apa yang telah diharamkan untuk dikonsumsi. Tidak hanya pada makanan saja, tetapi semua yang dikonsumsi tidak boleh ada unsur haram sebagaimana yang dikatakan dalam ayat tersebut, kecuali dalam keadaan yang mendesak. Islam memiliki aturan yang sangat jelas terkait dengan kehalalan produk, yaitu sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Produk halal yang dimaksud adalah segala sesuatu yang terbuat dari

[8] Ibid, 75.
[9] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Jumanatul 'Ali-Art, 2005), 27.‖

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

unsur-unsur yang diperbolehkan oleh syariat Islam, sehingga boleh dikonsumsi oleh orang muslim baik itu makanan, pakaian, maupun kebutuhan lainnya yang digunakan untuk sehari-hari.

Sekretaris Jenderal (Sekjen) kementerian Agama, Nur Syam menjelaskan bahwa saat ini kementerian Agama (Kemenag) dan kementerian kesehatan (Kemenkes) telah menggelar beberapa pertemuan guna untuk membahas RPP JPH. Pembahasan tersebut mendiskusikan terkait tiga hal, yaitu penerapan jaminan sertifikasi produk halal pasca 2019, penerapan label halal dan tidak halal, serta sertifikasi halal untuk alat-alat kesehatan dan produk farmasi.[10] Namun, Nur Syam mengatakan jika tahun 2019 belum dapat terealisasikan karena masih adanya perusahaan yang menggunakan bahan atau proses yang tidak halal, maka akan dilakukan upaya agar obat yang belum halal dapat segera terverifikasi. Berdasarkan literatur yang ada, diketahui dari tahun ke tahun terdapat peningkatan kecenderungan penggunaan dan penyediaan produk halal secara global. Pada tahun 2013 proyeksi permintaan produk halal sebesart US$ 2 triliun dan akan meningkat pada tahun 2019 sebesar US$ 3,7 triliun dengan laju pertumbuhan produk halal dunia sebesar 9,5 %.[11] Islam saat ini merupakan agama dengan perkembangan yang paling cepat. Kondisi ini dapat dilihat dari pesatnya pertumbuhan pemeluk agama Islam selama sepuluh tahun terakhir. Saat ini Islam masih berada ditingkat

[10] Republika, "Obat Bersertifikasi Halal Dipastikan Terealisasi pada 2019", diakses dari https://www.google.co.id/amp/s/m.republika.co.id/amp/p7c4wwm438, pada tanggal 14 Oktober pukul 11:10.

[11] Mega Hijriawati, "*Upaya* Farmasis dalam Implementasi Undang-undang Jaminan Produk Halal", diakses dari https://www.google.co.id/amp/farmasetika.com/2018/08/02/upaya-farmasis-dalam-implementasi-undang-undang-jaminan-produk-halal/amp, pada tanggal 30 September 2018 pukul 01:25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kedua sedunia dengan jumlah pemeluk sebanyak 1,59 miliar jiwa, atau sekitar 23% dari total populasi dunia dan jumlah muslim diperkirakan mencapai 2,7 miliar atau 29% pada tahun 2050.[12] jumlah populasi muslim yang berkembang dengan pesat ini akan menentukan jenis barang yang ada di pasar dunia. Kenyataan ini didukung juga oleh adanya peningkatan pangsa pasar obat halal yang ada di Indonesia dan tingginya minat masyarakat muslim dalam menggunakan obat halal. Pada tahun 2014, omzet industri farmasi Indonesia mencapai Rp. 52 triliun dan pangsa pasar industry farmasi PMDN mencapai 70% dan sisanya 30% dikuasai PMA.[13] Meningkatnya omzet industri farmasi di Indonesia ini membuktikan bahwa jumlah permintaan terhadap produk farmasi juga meningkat. Sedangkan Indonesia adalah Negara dengan mayoritas masyarakatnya adalah muslim. Jumlah populasi muslim ini dapat mempengaruhi permintaan produk halal termasuk pada produk farmasi di pasar Indonesia. Indonesia telah memiliki undang-undang tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang berbentuk UU No. 33 Tahun 2014. Adanya JPH ini menyatakan bahwa semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia harus bersertifikat halal. dalam hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melihat pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap produk farmasi pada masyarakat.

---

[12] Ahmad Khadafi, "Saat Islam Menjadi Agama Mayoritas di Dunia*",* diakses dari https://www.google.co.id/amp/s/amp.tirto.id/saat-islam-menjadi-agama-mayoritas-di-dunia-cmdV, pada tanggal 13 Oktober pukul 11:38.

[13] Mega Hijriawati, "Upaya Farmasis dalam Implementasi Undang-undang Jaminan Produk Halal", diakses dari https://www.google.co.id/amp/farmasetika.com/2018/08/02/upaya-farmasis-dalam-implementasi-undang-undang-jaminan-produk-halal/amp, pada tanggal 30 September 2018 pukul 01:25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Danang Waskito dalam penelitiannya pada konsumen muslim di Yogyakarta menyatakan bahwa sertifikasi halal yang dimiliki pada setiap konsumen mempunyai peranan penting terhadap minat beli dengan koefisien regresi sebesar 0,106. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli makanan halal pada konsumen muslim di Yogyakarta.[14] Penelitian tersebut didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kurnia dan Ilyda Sudardjat, hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa dengan adanya labelisasi halal maka akan mempengaruhi konsumen muslim (mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Medan) tertarik dan berminat untuk mengkonsumsi dan membeli suatu produk makanan impor dalam kemasan.[15]

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin. Diketahui dari hasil penelitian mereka, pencantuman label halal memberikan pengaruh 31,1 % terhadap minat beli.[16] Jadi, dalam penelitian tersebut memberitahukan bahwa masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat beli mahasiswa pada produk halal, diantaranya adalah kurangnya pengetahuan konsumen terhadap stimulus (kemasan mie instan) dan penerimaan terhadap stimulus serta frekuensi.

---

[14] Danang Waskito, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal", (Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2015), 63.

[15] Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat, "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2013, Vol. 1/no. 4, 53.

[16] Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin, "Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2012, Vol. 1/no. 1, 43.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari penjelasan diatas, penulis tertarik untuk mengkaji dan menganalisa tentang pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal pada produk farmasi berlogo halal pada masyarakat di Desa Mojorejo, Madiun. Di Desa Mojorejo terdapat keberagaman masyarakat muslim dengan tradisinya sendiri-sendiri sesuai dengan madzab yang dianut atau kepercayaan pada pemeluk agama itu sendiri, hal ini menarik perhatian untuk penelitian yang berkaitan dengan produk halal. Penelitian ini berjudul, **"Pengaruh Pengetahuan produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun?
2. Apakah terdapat pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun?
3. Apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini, penulis mengharapkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat dan berguna dalam dua aspek sebagai berikut:

1. Aspek Teoretis
   a. Penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan kajian mengenai tentang faktor yang mempengaruhi minat beli produk farmasi halal oleh konsumen khususnya konsumen di Desa Mojorejo, Madiun.
   b. Penelitian ini dapat menjadi salah satu media penyerapan informasi mengenai minat beli konsumen terhadap produk farmasi yang halal untuk civitas akademika khususnya pada civitas akademika UIN Sunan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ampel Surabaya dalam rangka rekonstruksi kurikulum agar relevan dengan kebutuhan ekonomi syariah.

c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pandangan dan sumber referensi untuk memperkaya ilmu pengetahuan sehingga dapat menambah referensi bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti terkait dengan pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

2. Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat mengenai pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi sehingga dapat memotivasi civitas akademika khususnya di UIN Sunan Ampel Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Berdasarkan penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian pada produk farmasi terdapat beberapa yang harus diketahui sebagai landasan teorinya. Adapun beberapa landasan teori tersebut diantaranya:

1. Keputusan Pembelian

Setiadi mendefinisikan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih satu di antaranya.[1] Hasil dari proses pengintegrasian ini merupakan suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Dalam pengambilan keputusan, perilaku konsumen memberikan pengaruh yang cukup penting. Perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses dimana mereka menyeleksi, menggunakan dan membuang produk, layanan, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampak dari proses tersebut pada konsumen

[1] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 121.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan masyarakat.[2] Menurut Super dan Citres terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:[3]

a) Perbedaan sosial ekonomi. Seseorang yang mempunyai sosial ekonomi yang tinggi akan lebih mudah mencapai keinginannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi yang lebih rendah.
b) Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang akan menggunakan waktu senggang yang dimiliki akan berbeda yaitu sesuai pada hobinya.
c) Perbedaan sosial ekonomi. Seseorang yang mempunyai sosial ekonomi yang tinggi akan lebih mudah mencapai keinginannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi yang lebih rendah.
d) Perbedaan hobi atau kegemaran, artimya bagaimana seseorang akan menggunakan waktu senggang yang dimiliki akan berbeda yaitu sesuai pada hobinya.
e) Perbedaan jenis kelamin. Adanya perbedaan minat wanita dan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
f) Perbedaan usia. Usia anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas, benda, dan seseorang.
g) Perbedaan pekerjaan, yaitu dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat tingkat pekerjaan yang ingin

[2] Rini Dwiastuti et al., *Ilmu Perilaku Konsumen,* (Malang: UB Press, 2012), 4.
[3] Junita Azimatul Usfa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pembelian Obat dan Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi—Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2017), 34.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dicapainya, aktifitas yang dilakukan, penggunaan waktu yang senggangnya, dan lain-lain.

Proses dalam pengambilan keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.[4] Keputusan pembelian oleh konsumen berhubungan dengan emosi dan perasaan konsumen, dimana seseorang akan merasa senang dan puas dalam membeli produk tersebut sehingga hal itu akan memperkuat minat membelinya. Menurut Kotler dan Amstrong proses dalam pengambilan keputusan memiliki beberapa tahapan dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk, yaitu:[5]

1) Pengenalan kebutuhan. Kebutuhan seseorang muncul karena menerima informasi yang baru tentang suatu produk, kondisi ekonomi, periklanan, atau kebutuhan lainnya. Selain itu, gaya hidup seseorang berdasarkan kondisi demografis, dan karakteristik pribadi juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk.
2) Proses informasi. Seseorang melakukan pencarian suatu informasi tentang produk secara selektif, kemudian akan memilih informasi yang paling relevan bagi kebutuhan/ keinginan yang dicari dan sesuai dengan keyakinan dan sikap mereka. Kemudian memproses informasi seperti aktifitas mencari, memperhatikan, memahami, menyimpan dalam sebuah ingatan, dan mencari tambahan informasi.

[4] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), 14.
[5] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2001), 165.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Evaluasi produk/ merek. Seseorang akan mengevaluasi karakteristik dari berbagai produk/ merek dan memilik produk/ merek yang dianggap paling memenuhi kebutuhan/ keinginan mereka.
4) Pembelian. Ketika dalam tahapan pembelian, seseorang akan melakukan berbagai aktifitas yang diperlukan, seperti pemilihan toko, penentuan kapan akan membeli, dan kemungkinan ekonominya, setelah menemukan tempat yang sesuai, waktu yang tepat, dan didukung oleh daya beli, maka kegiatan pembelian dilakukan.
5) Evaluasi pasca pembelian. Jika produk sesuai dengan harapan konsumen, dengan sendirinya konsumen tersebut akan merasa puas dan akan mengulangi untuk membeli produk tersebut sehingga penjualan akan bertambah. Sebaliknya, jika tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan konsumen merasa tidak cukup puas, maka kemungkinan pembelian kembali akan berkurang.

Pengambilan keputusan konsumen dilakukan secara bertahap, dimana keputusan ini dapat dipengaruhi oleh sikap dan keinginan dari masing-masing individu. Pembuatan keputusan konsumen dapat diartikan bahwa suatu aliran interaksi antara proses faktor lingkungan, kognitif dan afektif dan tindakan perilaku.[6]

2. Pengetahuan produk

Menurut Peter dan Olson pengetahuan produk adalah pengetahuan konsumen yang berkaitan dengan pengetahuan tentang ciri atau karakter

[6] Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), 211.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk, konsekuensi menggunakan produk dan nilai (tingkat) kepuasan yang akan dicapai oleh produk.[7] Pengetahuan produk dapat menjadi faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku pembelian konsumen. Pengetahuan secara definitif mengacu pada keahlian dan keterampilan yang didapatkan oleh seseorang melalui pemahaman secara teoritis atau praktis dari suatu subjek. Menurut Rao dan Monroe pengetahuan produk dapat mempengaruhi bagaimana konsumen mengakses suatu produk. Said dkk menyatakan bahwa variabel pengetahuan dibedakan menjadi dua yaitu: pengetahuan objektif yaitu informasi akurat tentang produk tersimpan dalam memori jangka panjang konsumen, dan pengetahuan subjektif yakni persepsi orang mengenai apa dan seberapa tahu mereka mengenai suatu produk berdasarkan interpretasi subjektif mereka. Pengetahuan tentang persepsi konsumen dapat menjadi suatu keuntungan dalam rangka menciptakan dan menyediakan lini produk halal yang akan memenuhi pasar global.[8]

Pengetahuan produk merupakan kumpulan dari berbagai informasi mengenai tentang produk tersebut. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk tersebut. Dalam Islam, jaminan untuk kepercayaan suatu produk yang dinyatakan halal adalah dengan

[7] Bayu Alrochmanto, "Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal", (Skripsi—Universitas Diponegoro, Semarang, 2014), 30.
[8] Ajeng Larasati et al., "Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim Untuk Membeli Produk Kosmetik Halal", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2018, Vol. 8(2), 107.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adanya sertifikasi halal. Menurut Sumarwan (2011) menyebutkan perbedaan individu menggambarkan faktor-faktor karakteristik individu yang muncul dari dalam diri konsumen dan proses pasikologis yang terjadi pada diri konsumen yang sangat berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan, yaitu agama, kebutuhan, motivasi, kepribadian, pengelolaan informasi, persepsi, proses belajar, pengetahuan, dan sikap konsumen.[9]

Efendi dan Makhfudi mengatakan bahwa sebelum seseorang mengadopsi perilaku yang baru (berperilaku baru), di dalam diri seseorang terjadi proses yang berurutan atau disebut sebagai proses pengetahuan, yaitu sebagai berikut:[10]

a) Timbul kesadaran (*awareness*), yaitu seseorang mengetahui atau menyadari stimulus terlebih dahulu.
b) Keterikatan (*interest*), yaitu seseorang mulai tertarik dengan stimulus.
c) Mempertimbangkan baik tidaknya stimulus (*evaluation*), yaitu sikap seseorang sudah baik lagi.
d) Mulai mencoba (*trial*), yaitu seseorang memutuskan untuk mulai mencoba perilaku baru.
e) Mengadaptasi (*adoption*), yaitu seseorang tersebut telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran dan sikapnya terhadap stimulus.

---

[9] Anisa Pratami,"Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Madoe Honey IPB", (Skripsi—Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2014), 3.
[10] Triana Ammuflikhah Jati, "Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan", (Skripsi—Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, 2017), 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengetahuan produk ini menjadi variabel dalam penelitian ini karena pengetahuan produk dapat digunakan untuk mengetahui apakah calon konsumen memahami tentang produk yang akan dibelinya, apakah produk tersebut terjamin halalnya, dan apakah konsumen paham tentang tempat dimana dia akan memperolehnya. Semakin banyak pengetahuan produk dan informasi konsumen yang dimiliki terhadap suatu produk, maka konsumen akan semakin cepat dalam memilih dan memutuskan pembelian produk yang akan dikonsumsinya.[11] Menurut Peter dan Olson pengetahuan produk dibagi menjadi tiga, yaitu:[12]

a) Pengetahuan atribut produk, yaitu pengetahuan yang berkaitan dengan ciri fisik.
b) Pengetahuan manfaat produk, yaitu pengetahuan yang berkaitan dengan manfaat produk tersebut baik secara fungsional maupun psikososial. Manfaat fungsional yaitu manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis, sedangkan manfaat psikososial yaitu manfaat yang berkaitan dengan aspek psikologis, seperti perasaan, emosi, *mood*, dan aspek sosial seperti persepsi konsumen terhadap bagaimana pandangan orang lain pada produk yang telah dikonsumsinya.
c) Pengetahuan tentang kepuasan, yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan manfaat dan risiko yang diberikan produk untuk konsumen.

[11] W. Charles Lamb, et.al, *Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 192.
[12] Triana Ammuflikhah Jati, "Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan", (Skripsi—Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, 2017), 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Sertifikasi Halal

Menurut Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 518 menyatakan bahwa sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan pada suatu produk pangan yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Sertifikasi halal di Indonesia dikeluarkan secara resmi oleh MUI yang mengindikasikan bahwa suatu produk sudah lolos dari tes uji halal. Produk yang memiliki sertifikasi halal adalah produk yang telah teruji dalam kehalalannya dan dapat dikonsumsi oleh umat muslim dengan aman sesuai syariat Islam. Produk yang telah memiliki sertifikasi halal dibuktikan dengan mencantumkan sebuah logo halal dalam kemasan produk tersebut.[13]

Sertifikasi halal (*halal certification)* adalah pembahasan yang berasal dari prinsip agama Islam dengan adanya prosedur yang harus dapat membuktikan bahwa suatu produk itu aman, bagus, dan dapat dikonsumsi untuk umat muslim sesuai syariatnya. Dengan sertifikasi halal ini dapat menjamin keamanan suatu produk agar bisa dikonsumsi umat muslim. Sesuai dengan kitab suci Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 mengatakan bahwa prinsip dasar dari sertifikasi halal adalah halal (diperbolehkan) dan *thoyyiban* (bermanfaat).

---

[13] LPPOM MUI, "Sertifikat Halal MUI", diakses dari www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/55/1360/page/1, pada tanggal 15 Oktober 2018 pukul 22:22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ (٢ : ١٦٨)

Wahai Manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu (Q.S. Al- Baqarah/2: 168).[14]

Dalam ayat ini memerintahkan untuk memakan makanan yang halal. Halal disini tidak hanya mencangkup tentang bahan yang halal saja, namun juga halal dalam memperoleh dan prosesnya. Sedangkan baik yang dimaksud adalah makanan yang tidak najis, bermanfaat, dan tidak membahayakan. Sertifikat halal dan labelisasi halal adalah dua kegiatan yang berbeda namun mempunyai keterkaitan yang sama antara satu dengan yang lain. Sertifikat halal dikeluarkan oleh lembaga yang mempunyai otoritas untuk melaksanakannya. Tujuan dari sertifikat halal ini yaitu untuk mendapatkan pengakuan secara legal formal bahwa produk tersebut telah memenuhi ketentuan halal. Sedangkan labelisasi halal adalah pencantuman atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan pada masyarakat bahwa produk tersebut berstatus halal. Jadi, tanpa sertifikat halal MUI, pencantuman label halal tidak akan diberikan oleh pemerintah. Sertifikat halal ini berupa surat keterangan yang dikeluarkan oleh MUI Pusat atau Provinsi tentang halalnya suatu produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI.

[14] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Jumanatul 'Ali-Art, 2005), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemegang otoritas yang menerbitkan sertifikat halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang kemudian akan ditangani oleh Lembaga Pangan Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Menurut Fuad, 2010 adapun item dari indikator ini adalah :[15]

a) Memastikan sertifikasi halal pada produk.
b) Memastikan sertifikasi halal pada toko/ apotek yang akan saya kunjungi.
c) Sertifikasi halal lebih penting daripada informasi produk.
d) Hanya akan mengkonsumsi produk farmasi yang sudah bersertifikat halal.
e) Mengenali logo sertifikasi halal dari MUI.

4. Konsep Halal

Kata halal berasal dari kata yang berarti "lepas atau tidak terikat". Sesuatu yang halal adalah yang terlepas dari ikatannya bahaya duniawi dan ukhrawi. Karena itu kata halal juga berarti boleh.[16] Halal adalah segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat untuk dikonsumsi. Terutama, dalam hal makanan dan minuman. Indonesia adalah Negara yang pendud uknya mayoritas beraga Islam. untuk itu, agar penduduk Islam aman dalam mengkonsumsi produk, maka berdirilah lembaga yang bertugas untuk menjamin sebuah produk. Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) berdiri pada 6

[15] Talisa Rahma Pramintasari dan Indah Fatmawati, "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal", 2017, Vol. 8/ no. 1, 20–21.
[16] Saiful Jazil, *Fiqih Mu'amalat*, (Surabaya: UINSA Press, 2014), 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Januari 1989. Lembaga ini berfungsi melindungi konsumen Muslim dalam penggunaan produk-produk makanan, obat-obatan, dan kosmetik. Menurut Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 pasal 1 menjelaskan bahwa pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Suatu produk dikatakan halal tidak hanya berdasarkan bahan-bahannya saja, namun juga proses produksinya dan bagaimana cara mendapatkan bahan tersebut.

Menurut Departemen Agama Malaysia (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia/ Jakim), konsep halal didefinisikan sebagai sesuatu yang diperbolehkan oleh hukum syariat. Makanan halal berarti diperbolehkan atau sah oleh hukum syariat dimana harus memenuhi beberapa kondisi, yaitu:[17]

a) Bahan-bahan yang digunakan tidak terdiri dari bahan-bahan yang mengandung hewan yang tidak diperbolehkan dalam hukum Islam dan hewan yang disembelih harus sesuai dengan syariat Islam.
b) Produk tidak mengandung bahan-bahan yang najis menurut hukum syariat.
c) Produk terjamin aman dikonsumsi dan tidak berbahaya.
d) Tidak diproduksi menggunakan alat-alat yang terkena najis menurut hukum syariat Islam.

[17]Danang Waskito, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal", (Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta), 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Makanan dan bahan yang terkandung didalamnya tidak mengandung bagian dari mahluk hidup yang tidak diperbolehkan menurut hukum syariat Islam.

f) Pada saat persiapan, proses, pengemasan, dan juga penyimpanan, makanan secara fisik terpisah dari makanan lainnya seperti yang dijelaskan diatas, atau apapun yang menurut hukum syariat Islam didefinisikan sebagai najis.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan hasil pencarian terhadap penelitian terdahulu yang membahas mengenai Pengaruh Pengetahuan produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk farmasi, ditemukan beberapa penelitian yang sudah ada sebelumnya terkait Pengaruh Pengetahuan produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal. Adapun beberapa penelitian tersebut diantaranya:

1. Vivi Rahmawati, dengan judul **"Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang"**. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari atribut produk dan label halal sebagai variabel moderating terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Semarang. Variabel label halal dapat dijadikan variabel moderating untuk menambah pengaruh atribut produk terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Semarang.[18] Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan kosmetik Wardah yang berada di Kota Semarang, dimana jumlah populasi tidak terhitung sehingga jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan variabel moderating. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan label halal dapat memperkuat hubungan langsung antara pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian dengan *Adjusted* R Square sebesar 77,6%. Dari penelitian tersebut membuktikan bahwa label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

Penelitian ini dengan penelitian dalam proposal cukup berbeda dari keseluruhan, seperti variabel, objek, subjek, dan lain-lain. Namun, terdapat sedikit persamaan dalam penelitian ini, yaitu pengaruh label halal pada keputusan pembelian produk yang akan dikonsumsi. Karena, sertifikasi halal dan label halal adalah suatu variabel yang masih berkaitan.

2. Danang Waskito, dengan judul **"Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)"**. Penelitian ini

[18] Vivi Rahmawati, "Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang", (Skripsi--Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, 2014), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bertujuan untuk mengidentifikasi penyebab tingginya ketertarikan konsumen akan produk makanan halal. Dari ketiga variabel yaitu sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan secara keseluruhan berpengaruh terhadap minat beli pada mahasiswa muslim di Yogyakarta. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli sedangkan variabel independennya adalah sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan. Populasi penelitian ini adalah semua mahasiswa muslim yang ada di Yogyakarta. Sedangkan jumlah indikator pada penelitian ini adalah sebanyak 40 dan sampelnya menggunakan 215 responden. Analisis data dilakukan penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah besarnya *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,288. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal, kesadaran halal, bahan makanan mempengaruhi minat beli sebesar 28,8% dan sisanya sebesar 71,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.[19]

Perbedaan penelitian ini dengan dengan penelitian dalam proposal yaitu pada variabel independennya, Penelitian ini menggunakan tiga variabel dimana salah satu variabel tersebut sama dengan variabel dalam proposal ini, yaitu sertifikasi halal. Sedangkan untuk variabel dependennya penelitian dan proposal ini menggunakan minat beli konsumen terhadap suatu produk.

[19] Danang Waskito, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal", (Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2015), 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Triana Ammuflikhah Jati, dengan judul **"Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus pada Pelanggan *Larissa Aesthetic Center* di Yogyakarta)"**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara sikap dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Larissa Aethetic Center* di Yogyakarta. Sedangkan untuk teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Hal ini didasari oleh pendapat Roscoe bahwa, "jumlah sampel minimal sebanyak 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti". Pada penelitian variabel dependennya adalah keputusan pembelian dan variabel independennya adalah sikap dan pengetahuan produk. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah besar nilai *Adjusted R Square* adalah 0,752 (75,2%) . 0,489 dari pengaruh variabel sikap dan 0,487 dari pengaruh variabel pengetahuan produk, sedangkan 24,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.[20]

Perbedaan penelitian ini dengan dengan penelitian dalam proposal yaitu pada objeknya. objek dalam penelitian ini adalah produk *Larissa Aethetic Center*, sedangkan dalam proposal ini adalah produk halal pada obat-obatan. Penelitian dan proposal ini juga memiliki variabel yang sama yaitu berkaitan pengaruh pengetahuan pada produk.

[20] Triana Ammuflikhah Jati, "Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan", (Skripsi—Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, 2017),50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Anisa Pratami, dengan judul **"Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk *Madoe Honey* IPB"**. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan motivasi mahasiswa terhadap minat beli produk *Madoe Honey* IPB. Variabel dependen penelitian ini adalah minat beli sedangkan variabel independennya adalah pengetahuan produk dan motivasi. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif di IPB mulai semester empat sampai semester enam. Untuk pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Dari jumlah perhitungan sesuai rumus, diketahui sampel pada penelitian ini adalah 200 orang. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah 78% dari mahasiswa mengetahui produk IPB yang sudah dipasarkan. Namun dari sampel yang diambil, 28,5% yang mengkonsumsi produk tersebut hanya 10,5% yang mengetahui produk *Madoe Honey* IPB. Nilai *adjusted* R *Square* yang diperoleh sebesar 0,125 menunjukkan sebesar 12,5% variabel minat beli dari pengetahuan produk dan motivasi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti tingkat kebutuhan mahasiswa, keterlibatan konsumen, kelompok acuan, dan preferensi.[21]

Perbedaan penelitian ini dengan dengan penelitian dalam proposal yaitu pada objek penelitian. Variabel dependen penelitian dan proposal ini sama, yaitu membahas minat beli konsumen terhadap suatu produk.

[21] Anisa Pratami,"Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Madoe Honey IPB", (Skripsi—Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2014), 19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan variabel independennya yang sama adalah tentang pengetahuan produk.

5. Yeni Herliani, dengan judul **"Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangka Raya (Keluarga Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Palangka Raya)"**. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen dan label halal produk makanan rumahtangga terhadap keputusan konsumsi di Palangka Raya. Variabel dependen penelitian ini adalah keputusan konsumsi, sedangkan variabel independennya adalah perilaku konsumen dan label halal. Populasi pada penelitian ini adalah Seluruh mahasiswa/i (keluarga mahasiswa/i ekonomi syari'ah IAIN Palangka Raya) angkatan 2012-2015 yang menggunakan atau membeli produk makanan rumah tangga yang memiliki label halal ataupun tidak. Untuk pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh jumlah sampel yang akan dicari sebesar 75 orang responden dari 295 populasi mahasiswa/i ekonomi syariah IAIN Palangka Raya dengan menggunakan teknik *Proporsional Cluster Random Sampling*. Analisis data yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R *Square* sebesar 0,165. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen dan label halal produk makanan rumah tangga mempunyai pengaruh sebesar 16,5% terhadap variabel keputusan konsumsi, sedangkan 83,5% lainnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

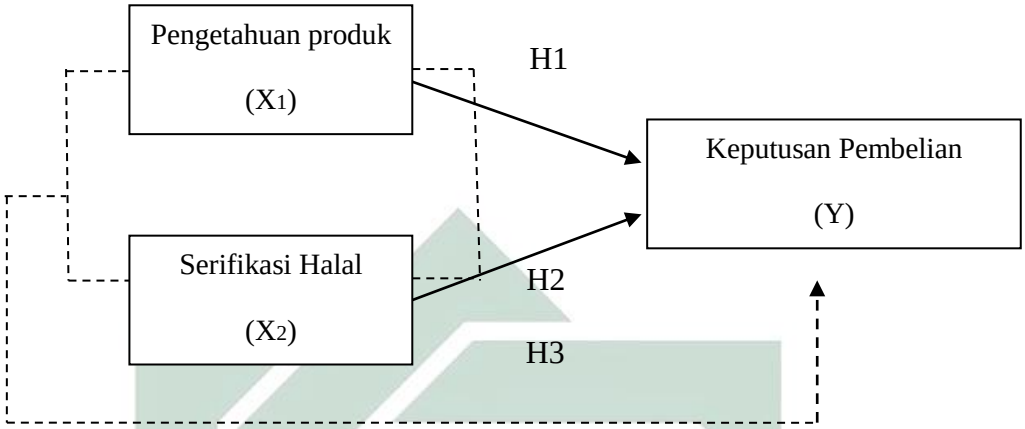
dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel perilaku konsumen dan label halal.[22]

Penelitian ini dengan penelitian dalam proposal cukup berbeda dari keseluruhan, seperti variabel, objek, subjek, dan lain-lain. Namun, terdapat sedikit persamaan dalam penelitian ini, yaitu pengaruh label halal pada keputusan pembelian produk yang akan dikonsumsi. Karena, sertifikasi halal dan label halal adalah suatu variabel yang masih berkaitan. Selain itu untuk kajian teorinya ada sedikit persamaan yaitu pada perilaku konsumen.

[22] Yuni Herliani, "Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangka Raya", (Skripsi—Institusi Agama Islam Negeri Palangka Raya, Palangka Raya, 2016), 96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

→ : Pengaruh masing-masing variabel

- - → : Pengaruh variabel secara simultan

H1 : Pengaruh (X_1) terhadap Y

H2 : Pengaruh (X_2) terhadap Y

H3 : Pengaruh (X_1 dan X_2) terhadap Y

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.[23] Berdasarkan penjelasan dari kerangka konseptual dan paradigma penelitian sebelumnya di atas, maka hipotesis penelitian yang

[23] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 99.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diajukan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_1: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun.
2. H_2: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif, sebagaimana seperti yang didefinisikan oleh Sugiyono yaitu: "Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penilitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."[1] Sedangkan jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan umtuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.[2] Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal pada keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun dengan mengunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya yang kemudian akan diolah dengan menggunakan statistik, yaitu dengan analisis regresi linier berganda.

[1] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 11.
[2] Ibid., 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2018 sampai Desember 2018 di Desa Mojorejo Kec. Kebonsari Kab. Madiun. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner atau angket dan wawancara.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan obyek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[3] Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Desa Mojorejo Kec. Kebonsari Kab. Madiun.

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara lebih detail dan secara mendalam.[4] Teknik sampling atau pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *stratified random sampling*, yaitu suatu teknik pengambilan sampel secara acak tetapi teknik ini dilakukan dengan memperhatikan strata (tingkatan) di dalam populasi. Agar sampel yang dipilih dapat mewakili populasi dan hasil yang dikenakan pada sampel juga dapat digeneralisasikan pada populasi, maka dibutuhkan suatu teknik-teknik yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi serta kepentingan dari penelitian yang

[3] Ibid., 119.
[4] Moh Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif–Kuantitatif* , (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 258.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan.[5] Teknik pengambilan sampel ini dipilih dengan alasan bahwa karakteristik populasi bersifat homogen, dimana populasi terbagi kedalam banyak tingkatan, namun dalam penelitian ini akan diambil dengan pengelompokkan berdasarkan pendidikan, yaitu SLTP/ sederajat, SLTA/ sederajat, dan DIPLOMA/ STRATA. Dalam penelitian ini pendidikan SD/ sederajat tidak dijadikan dalam sampel penelitian, karena usia di pendidikan tersebut belum mencukupi syarat bertransaksi dalam syariat Islam, yaitu salah satu syarat bertransaksi dalam syariat Islam adalah *baligh* dan *mumayyiz*.

Tabel 3.1

Data Pendidikan di Desa Mojorejo Madiun

No.	Pendidikan	Jumlah
1	SLTP/ sederajat	414
2	SLTA/ sederajat	564
3	DIPLOMA/ STRATA	180
JUMLAH		**1158**

Sumber:kantor desa Mojorejo

Untuk jumlah populasi yang telah diketahui dapat menggunakan dnegan rumus Slovin untuk menghitung jumlah sampelnya.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : tingkat kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

[5] Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 102.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$n = \frac{1.158}{1+1.158\ (0,1)^2} = 91,9 \text{ dibulatkan menjadi } 92$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel untuk seluruh responden sebesar 92 orang yang kemudian jumlah responden digenapkan menjadi 100 orang oleh peneliti. Proporsi masing-masing katagori dapat dicari dengan menggunakan perhitungan berikut ini:

1) SLTP/ sederajat

$$n = \frac{414}{1158} \times 100 = 36\%$$

2) SLTA/ sederajat

$$n = \frac{564}{1158} \times 100 = 49\%$$

3) DIPLOMA/ STRATA

$$n = \frac{180}{1158} \times 100 = 15\%$$

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.[6] Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel Independen

Variabel independen (X) atau yang dikenal dengan variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi variabel

[6] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 74.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terikat.[7] Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel independen X diantaranya sebagai berikut:

X_1 : Pengetahuan produk

X_2 : Sertifikasi Halal

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (Y) disebut juga dengan variabel terikat, yakni variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi.[8] Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk farmasi (Y) di Desa Mojorejo, Madiun. Hal ini sebagai kecenderungan konsumen dalam membeli suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian produk dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian pada produk tersebut.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan produk (X_1), Pengetahuan produk adalah kumpulan dari berbagai informasi mengenai produk tersebut. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk,

[7] Ibid., 254.
[8] Ibid., 254.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harga produk, dan kepercayaan mengenai produk tersebut. Menurut Peter dan Olson pengetahuan produk dibagi menjadi tiga, yaitu:[9]

a) Pengetahuan atribut produk, yaitu pengetahuan yang berkaitan dengan ciri fisik.
b) Pengetahuan manfaat produk, yaitu pengetahuan yang berkaitan dengan manfaat produk tersebut baik secara fungsional maupun psikososial. Manfaat fungsional yaitu manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis, sedangkan manfaat psikososial yaitu manfaat yang berkaitan dengan aspek psikologis, seperti perasaan, emosi, *mood*, dan aspek sosial seperti persepsi konsumen terhadap bagaimana pandangan orang lain pada produk yang telah dikonsumsinya.
c) Pengetahuan tentang kepuasan, yaitu pengetahuan yang berhubungan dengan manfaat dan risiko yang diberikan produk untuk konsumen.

2. Sertifikasi Halal (X_2). Sertifikasi halal (*halal certification)* adalah pembahasan yang berasal dari prinsip agama Islam dan memiliki prosedur yang membuktikan bahwa suatu produk yang tersebar untuk dikonsumsi masyarakat harus aman dan bagus sesuai syariat Islam untuk konsumen muslim. Sertifikasi halal ini menandakan kualitas, kebersihan, dan higienis dari suatu produk. Produk yang bersertifikat halal dapat dibuktikan dengan adanya label/ logo halal pada kemasan produk tersebut. Produk yang terbukti halal telah melalui serangkaian proses dan pengujian yang terbukti

[9] Triana Ammuflikhah Jati, "Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan", (Skripsi—Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, 2017), 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak ada kandungan yang bersifat najis atau sesuatu yang haram sehingga aman dan diperbolehkan untuk dikonsumsi konsumen muslim. Menurut Fuad, 2010 adapun item dari indikator ini adalah :[10]

a) Memastikan sertifikasi halal pada produk.
b) Memastikan sertifikasi halal pada toko/ apotek yang akan saya kunjungi.
c) Sertifikasi halal lebih penting daripada informasi produk.
d) Hanya akan mengkonsumsi produk farmasi yang sudah bersertifikat halal.
e) Mengenali logo sertifikasi halal dari MUI.

3. Keputusan Pembelian (Y), Pengambilan keputusan konsumen dilakukan secara bertahap, dimana keputusan ini dapat dipengaruhi oleh sikap dan keinginan dari masing-masing individu. Menurut Kotler dan Armstrong indikator dari proses keputusan pembelian adalah:[11]

a) Pengenalan kebutuhan.
b) Proses informasi.
c) Evaluasi produk/ merek.
d) Pembelian.
e) Evaluasi pasca pembelian.

[10] Talisa Rahma Pramintasari dan Indah Fatmawati, "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal", 2017, Vol. 8/ no. 1, 20–21.
[11] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2001), 165.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah pengujian yang menunjukkan sejauh mana instrumen yang digunakan mampu untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.[12] Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung (*product moment*) dan r-tabel. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien pada taraf signifikansi 10% atau 0,1. Sehingga, suatu item akan dinyatakan valid jika berkorelasi signifikansi terhadap skor total atau instrumen dinyatakan valid jika nilai r-hitung > nilai r-tabel.

Setelah data-data dan informasi telah terkumpulkan, maka penulis akan mengelola dan menata data yang sudah didapat secara sistematis sesuai dengan permasalahan yang ada dan menganalisis data tersebut dengan metode kuantitatif. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung validitas dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

$$R = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N\sum X2 - (\sum X)2][(N\sum Y2 - (\sum Y)2]}}$$

Keterangan:

R : koefisien validitas item yang dicari

X : skor responden untuk setiap item

∑X : jumlah skor dalam distribusi X

∑Y : jumlah skor dalam distribusi Y

N : jumlah subjek/ responden

[12] Margono, *metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), 118.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uji Reliabilitas adalah instrumen untuk mengukur ketepatan keandalan, *consistency*, *stability* atau *dependability* terhadap alat ukur yang digunakan.[13] Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran itu memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama.

Reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik *Alpha Cronbach*. Teknik ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,6. Uji reliabilitas dari instrumen penelitian ini menggunakan tingkat signifikan (α) = 5%.

5. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu bersumber dari data kuesioner. Data primer diperoleh secara langsung dari responden yaitu masyarakat di Desa Mojorejo Kec. Kebonsari Kab. Madiun dengan mengisi lembar kuesioner.

[13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif…,* 445.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui:

1) Kuesioner atau Angket

Kuesioner atau angket adalah suatu usaha untuk mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab tertulis oleh responden. Angket bersifat kooperatif artinya responden diharapkan dapat bekerja sama dalam menyisihkan waktunya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian secara tertulissesuai dengan petunjuk-petunjuk yang diberikan.[14]

Sebagai skala pengukuran dalam penelitian ini mengunakan skala likert. Skala ini digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner, yaitu digunakan untuk mengukur respon subjek ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama. Untuk itu skor yang dapat diberikan sebagai berikut:

a) Sangat Setuju : 1
b) Setuju : 2
c) Netral : 3
d) Tidak Setuju : 4
e) Sangat Tidak Setuju : 5

[14] Moh. Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematik dan berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian.[15] Teknik ini digunakan untuk memperkuat hasil analisis terkait dengan jawaban responden yang ada pada lembaran kuesioner dengan cara bertatap muka langsung dengan dengan responden.

7. Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data agar data tersebut dapat ditafsirkan atau dapat dijelaskan dengan memberikan makna, menjelaskan pola, dan mencari hubungan antar berbagai konsep dari data yang telah dikumpulkan peneliti.[16] Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Sedangkan untuk metodenya adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode ini dapat mengetahui tingkat hubungan yang dimiliki antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian akan dapat diketahui seberapa besar kontribusi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen serta arah hubungan yang terjadi (hubungan negatif atau positif).

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan reprentatif. Uji asumsi klasik ini meliputi:

[15] Ibid., 62.
[16] S Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito, 2003), 126.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Uji Normalitas

Salah satu cara yang mudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram dengan membandingkan data observasi dan distribusi yang mendekati distribusi normal. Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengangggu atau residual memiliki distribusi normal.[17] Model regresi yang baik adalah jika distribusi data pada penelitian normal atau mendekati normal. Pada pengujian normalistik ini, peneliti menggunakan hasil grafik normal *probability plot* dan *kolmogorov-smirnov*. Grafik normal *probability plot* ini dengan membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan ploting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal, jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti arah garis diagonalnya.[18] Pada uji *kolmogorov-smirnov* dapat dikatakan berdistribusi secara normal apabila Sig > 5%.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini digunakan untuk pengujian dalam analisis regresi berganda. Model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinearitas bertujuan

[17] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 154.
[18] Ibid., 154.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk menguji apakah model regresi dalam data ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.[19]

Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi pada penelitian terdapat beberapa cara, salah satunya adalah dengan cara melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan VIF yang terkait dengan X_h yaitu:

$$\text{VIF}(X_h) = \frac{1}{1-Rh^2}$$

Rh^2 adalah korelasi kuadrat dari X_h dengan variabel independen lainnya. Maka langkah pertama yang dilakukan adalah mencari koefisien korelasi antara X_1 dan X_2, kemudian dicari nilai VIF nya.[20]

Tolerance dapat mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi dan dapat menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Pada umumnya yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\geq$ 0,10 atau sama dengan nilai VIF $\leq$ 10 berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi pada data penelitian terjadi ketidaksamaan *variance*

[19] Ibid., 103.
[20] Bambang Suharjo, *Statistika Terapan: Disertai Contoh Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 119.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.[21] Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas pada *variance* dan residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain.

Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas peneliti menggunakan cara uji Glejser yaitu dengan meregresikan nilai *absolute* residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variable dependen, maka ada indikasi terjadinya heteroskedastisitas. Model regresi dikatakan tidak mengandung heteroskedastisitas, apabila probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. [22] Adanya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (ZRESID).

Uji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan uji grafik *scatter plot*, dimana sumbu X adalah residual dan sumbu Y adalah nilai Y yang diprediksi. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.[23]

2. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

a) Uji Koefisien Korelasi (R)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara nol sampai satu, jika mendekati angka

[21] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*…, 134.
[22] Ibid., 138.
[23] Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 166.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu maka hubungan semakin erat, namun sebaliknya jika mendekati angka nol maka hubungan semakin lemah.[24] Koefisien korelasi ini dalam sebuah penelitian digunakan sebagai indikator dalam melihat kekuatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

b) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang dikatakan penting dalam sebuah regresi. Uji koefisien determinasi dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau bisa disimpulkan angka dalam uji tersebut dapat mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data yang sesungguhnya.

3. Uji Hipotesis

a) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah koefisien antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen.[25] Untuk mengetahui makna nilai F-test tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan (sig. F) dengan tingkat signifikan (α= 5%). Apabila sig. F < 0.05 atau F-hitung > F-tabel, maka H_0 ditolak, yang dapat diartikan bahwa variabel independen secara

[24] Ibid., 155.
[25] Asnawawi dan Maskhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan uji F adalah:

H_0: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

H_1: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

b) Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen secara parsial (terpisah) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.[26] Apabila t-hitung > t-tabel, maka H_0 ditolak, hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Jika t-hitung < t-tabel, maka H_0 diterima, yang artinya bahwa variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini adalah:

H_0: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

H_1: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda merupakan salah satu cara untuk menganalisis hubungan linier antara dua variabel independen atau lebih

[26] Ibid., 182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan satu variabel dependen.[27] Persamaan regresi linier berganda dengan dua variabel independen sebagai berikut:[28]

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian produk farmasi

a : Nilai konstanta, yaitu nilai Y jika X_1 dan $X_2 = 0$

X_1 : Pengetahuan produk

X_2 : Sertifikasi halal

b_1, b_2 : Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X_1 dan X_2

[27] Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 134.
[28] Ibid., 160.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Perkembangan jumlah umat beragama Islam saat ini semakin meningkat, hal ini membuat jumlah permintaan terhadap produk halal juga meningkat, salah satunya pada produk farmasi/ obat-obatan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat muslim. Oleh karena itu, sebagai produsen harus mampu menangkap peluang tersebut dengan mengindentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan permintaan produk halal. Pada penelitian ini akan membahas pada minat beli konsumen terhadap produk farmasi yang halal dimana terdapat dua faktor yang diteliti yaitu pengetahuan produk dan sertifikasi halal.

Desa Mojorejo adalah satu desa yang terletak di kecamatan Kebonsari, Madiun, Jawa Timur. Desa ini terbagi menjadi 14 RT atau 7 RW yang tersebar di tiga wilayah pemerintahan dusun, yaitu Gantrung, Kerjo, dan Mojorejo. Desa Mojorejo terletak di wilayah Madiun Selatan dan merupakan daerah pertanian, baik pertanian sawah dengan irigasi teknis, sawah tadah hujan, tanah pekarangan, dan lahan perkebunan. Hasil pertanian yang menjadi unggulannya adalah padi, jagung, tebu, tanaman hortikultura seperti cabai, kacang-kacangan, tomat, dan lain-lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Desa Mojorejo, Madiun adalah desa yang seperti desa-desa lain pada umumnya. Semua penduduk Mojorejo menganut ajaran agama Islam, walaupun terdapat beberapa aliran di dalam desa ini, diantaranya adalah Nahdhatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Jamaah Tabligh (Khuruj/ Jaulah), dan Islam Kejawen. Selain itu di Desa Mojorejo ini juga terdapat beberapa pondok pesantren baik pondok modern maupun pondok salafiyah. Pondok modern yaitu pondok pesantren yang menggunakan sistem pendidikan yang diadopsi dari sistem pendidikan modern dan materi yang diberikan merupakan kombinasi dari ilmu agama dan ilmu umum, sedangkan pondok salafiyah adalah pondok pesantren yang menganut sistem tradisional yang di dalamnya hanya mengajarkan ilmu-ilmu agama. Dalam paham yang berbeda inilah yang membuat sudut pandang mereka terhadap sesuatu juga berbeda, misalnya pada makanan atau minuman, pakaian, cara beribadah kepada Allah, dan lain-lainnya. Pada masyarakat inilah yang akan menjadi pangsa pasar tersendiri untuk produsen khususnya dalam penelitian ini adalah produk farmasi dengan jenis obat modern, yaitu obat yang bisa dibeli oleh masyarakat pada umumnya seperti obat-obatan yang dijual di toko kelontong, apotek, supermarket, dan lain-lain.

Di Desa Mojorejo ini terdapat PONED (Pelayanan Obstetri Neonatus Essensial Dasar) yang berada di Dusun Gantrung, selain itu terdapat beberapa toko/ toko kelontong yang juga menjual obat-obatan di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Desa Mojorejo. Sedangkan untuk apotek berada di desa lainnya yang berdekatan dengan Desa Mojorejo.

2. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 100 orang responden, yaitu masyarakat muda di Desa Mojorejo, Madiun. Perhitungan jumlah responden didasarkan pada ketentuan sampel eror 10% dari populasi yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden:

a) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Persentase
Perempuan	73	73%
Laki-laki	27	27%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data Primer, diolah 2018

Pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 73 orang dengan persentase 73%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 27 orang dengan persentase 27%.

b) Pendidikan Responden

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Responden	Jumlah	Proporsional
SLTP/Sederajat	36 orang	36%
SLTA/Sederajat	49 orang	49%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DIPLOMA/STRATA	15 orang	15%
Total	**100 orang**	**100%**

Sumber: Data Primer, diolah 2018

Pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden didominasi oleh SLTA/ sederajat, yaitu 49 orang responden dengan persentase 49%.

c) Agama Responden

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Responden	Jumlah	Proporsional
Islam	100 orang	100%
Non-Islam	0 orang	0%
Total	**100 orang**	**100%**

Sumber: Data Primer, diolah 2018

Pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa agama responden mayoritas beragama Islam, yaitu sebanyak 100 orang dengan persentase sebesar 100%.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Berikut ini akan disajikan hasil dari uji validitas dan reliabilitas dari masing-masing instrumen yaitu pengetahuan produk (X_1) dan sertifikasi halal (X_2) serta keputusan pembelian (Y). Dalam uji validitas dan reliabilitas instrumen masing-masing variabel yang dilakukan menggunakan SPSS 23. Adapun rekapitulasi hasil uji validitas dan reliabilitas dapat disajikan pada tabel berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menunjukkan mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan yang ada di dalam kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.[1] Apabila r-hitung > r-tabel (dengan sig 10%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.

1) Variabel Pengetahuan produk (X_1)

Tabel 4.4

Uji Validitas Variabel Pengetahuan produk

Item Soal	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Soal 1	0,685	0,165	Valid
Soal 2	0,600	0,165	Valid
Soal 3	0,655	0,165	Valid
Soal 4	0,676	0,165	Valid
Soal 5	0,730	0,165	Valid
Soal 6	0,725	0,165	Valid
Soal 7	0,402	0,165	Valid
Soal 8	0,604	0,165	Valid
Soal 9	0,675	0,165	Valid

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji validitas variabel pengetahuan produk (X_1) dapat diketahui bahwa r-tabel dengan *degree of freedom* (df) = n – 2 atau (100 – 2) = 98 dan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji

[1] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 52.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2 arah adalah 0,1654. Maka masing-masing item soal dinyatakan valid karena r-hitung > r-tabel.

2) Variabel Sertifikasi Halal (X_2)

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel Sertifikasi Halal

Item Soal	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Soal 1	0,789	0,165	Valid
Soal 2	0,676	0,165	Valid
Soal 3	0,682	0,165	Valid
Soal 4	0,600	0,165	Valid
Soal 5	0,627	0,165	Valid
Soal 6	0,781	0,165	Valid

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas variabel Sertifikasi Halal (X_2) dapat diketahui bahwa r-tabel dengan *degree of freedom* (df) = n – 2 atau (100 – 2) = 98 dan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah adalah 0,1654. Maka masing-masing item soal dinyatakan valid karena r-hitung > r-tabel.

3) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item Soal	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Soal 1	0,700	0,165	Valid
Soal 2	0,754	0,165	Valid
Soal 3	0,695	0,165	Valid
Soal 4	0,593	0,165	Valid
Soal 5	0,759	0,165	Valid
Soal 6	0,746	0,165	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Soal 7	0,576	0,165	Valid

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat diketahui bahwa r-tabel dengan *degree of freedom* (df) = n – 2 atau (100 – 2) = 98 dan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah adalah 0,1654. Maka masing-masing item soal dinyatakan valid karena r-hitung > r-tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi dengan alat ukur yang biasanya berupa kuesioner. Alat ukur tersebut akan mendapat pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Uji reliabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas, dimana yang masuk pengujian ini adalah item yang valid saja.[2] Kriteria instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, yaitu apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 dengan tingkat signifikansi 5%, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.7

Uji Reliabilitas Variabel X_1, X_2, dan Y

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Pengetahuan produk (X_1)	0,816	Reliabel
2	Sertifikasi Halal (X_2)	0,784	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,815	Reliabel

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

[2] Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 64.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap kuesioner dikatakan reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah data penelitian tersebut berdistribusi secara normal atau tidak. Data yang normal adalah data yang mempunyai pola yang mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya dan memiliki pola yang tidak menceng ke kanan atau ke kiri.[3] Dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara uji statistik *Non-Parametrik Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Nilai residual terdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters [a.b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,39638626
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,059
	Negative	-,055
Kolmogorov-Smirnov Z	0,815	,059

[3] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 156.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,815	,200

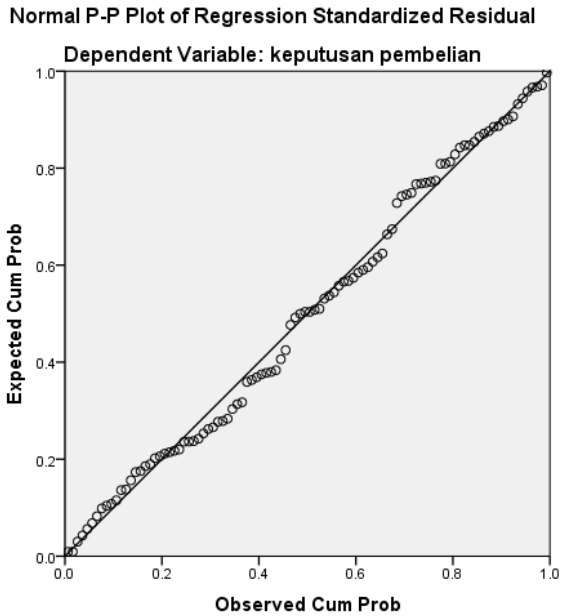
Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai (Asymp. Sig. (2-tailed)) pada pengetahuan produk, sertifikasi halal, dan keputusan pembelian produk farmasi lebih besar dari pada 0,05 yaitu 0,200 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji normalitas yang selanjutnya peneliti menggunakan uji grafik P-Plot untuk memperkuat dari hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam uji grafik P-Plot ini data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik pada grafik atau data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Gambar 4.1

Grafik P-Plot



Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan gambar 4.1 grafik P-Plot di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tersebut menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan pola tersebut berdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. [4] Untuk mengetahui adanya gejala multikolinearitas dengan menggunakan nilai *Variance Infaction Factor* (VIF) dan *Tolerance* melalui SPSS. Dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas apbila nilai VIF ≤ 10 dan nilai *tolerance* ≥ 0,10.[5]

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,772	1,295		2,913	,004		
	Pengetahuan produk	,483	,076	,575	6,339	,000	,573	1,744
	Sertifikasi Halal	,249	,104	,217	2,393	,019	,573	1,744

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

[4] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*…, 103.
[5] Ibid., 104.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel X_1 (Pengetahuan produk) memperoleh nilai VIF 1,744 dan *tolerance* 0,573 dan untuk variabel X_2 (Sertifikasi Halal) memperoleh nilai VIF 1,744 dan *tolerance* 0,573.

Hasil kedua variabel tersebut nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adlah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.[6]

Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas peneliti menggunakan uji Glejser dengan meregresikan nilai *absolute residual* terhadap variabel independen. Model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas apabila probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%.[7]

[6] Ibid., 134.
[7] Ibid., 138.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.10

Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,102	,743		2,828	,006
	Pengetahuan produk	,037	,044	,113	,847	,399
	Sertifikasi Halal	-,006	,060	-,014	-,108	,914

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji heteroskedastisitas tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel X_1 (Pengetahuan produk) sebesar 0,399 dan untuk variabel X_2 (Sertifikasi Halal) sebesar 0,914 yang dimana kedua variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari pada 5% atau 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

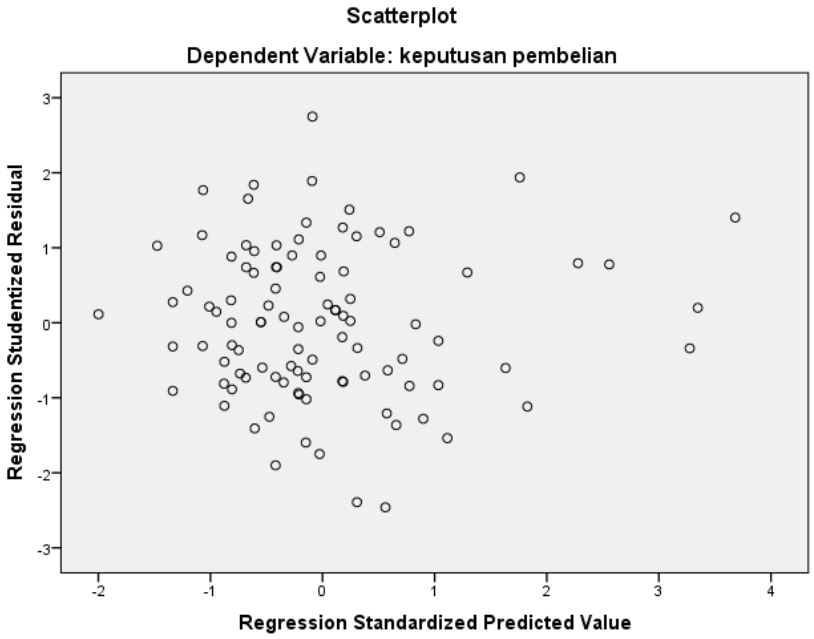
Uji heteroskedastisitas yang kedua peneliti menggunakan uji Grafik Scatter Plot. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam uji ini dapat dilihat dari grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu X adalah residual dan sumbu Y adalah nilai Y yang diprediksi. Model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik dalam grafik tidak membentuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pola tertentu atau titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.[8]

Gambar 4.2

Grafik Scatterplot



Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Berdasarkan gambar 4.2 grafik scatterplot, dapat diketahui bahwa titik-titik dalam grafik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

[8] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*…, 134.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

a) Uji Koefisien Korelasi (R)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.[9] Koefisien korelasi digunakan sebagai indikator dalam melihat kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen di dalam suatu penelitian. Adapun ringkasan koefisien korelasi yang dilakukan dengan alat bantu SPSS 23 sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,736[a]	,542	,532	3,43122

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji koefisien korelasi tersebut diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,736. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

b) Uji Koefisen Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur berapa besar persentase perubahan dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh

[9] Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 155.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perubahan dari variabel independen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Adapun ringkasan koefisien determinasi yang dilakukan dengan alat bantu SPSS 23 sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,736[a]	,542	,532	3,43122

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji koefisien korelasi tersebut diketahui bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,542 atau 54,2%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi. Sedangkan sisanya (100% - 54,2% = 45,8%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

4. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan analisis untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsional atau pengaruh kausal antara dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen tersebut. Adapun ringkasan analisis regresi linier

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berganda yang dilakukan menggunakan alat bantu SPSS 23 sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,772	1,295		2,913	,004		
	Pengetahuan produk	,483	,076	,575	6,339	,000	,573	1,744
	Sertifikasi Halal	,249	,104	,217	2,393	,019	,573	1,744

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada produk farmasi. Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.13 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$Y = 3,772 + 0,483X_1 + 0,249\ X_2$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linier berganda tersebut adalah:

a. Konstanta bernilai positif yaitu 3,772.

b. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan produk (X_1) sebesar 0,483 menunjukkan pengaruh positif, artinya apabila pengetahuan produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(X_1) meningkat, maka keputusan pembelian produk farmasi (Y) akan mengalami peningkatan.

c. Nilai koefisien regresi variabel sertifikasi halal (X_2) sebesar 0,249 menunjukkan pengaruh positif, artinya apabila sertifikasi halal (X_2) meningkat, maka keputusan pembelian produk farmasi (Y) akan mengalami peningkatan.

5. Uji Hipotesis

a) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui koefisien variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan). Uji F dilakukan dengan membandingkan f-tabel dan f-hitung dari tabel Anova output SPSS 23 dengan taraf kesalahan (α) = 5% atau 0,05. Untuk menentukan df pada f-tabel, menggunakan rumus f-tabel = (k ; n-k). Dari rumus tersebut didapat (2 ; 98). Dimana k adalah jumlah variabel independen sedangkan n adalah jumlah sampel, maka dapat dihasilkan nilai sebesar 3,095. Berikut perumusan hipotesis:

H_0: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

H_1: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

Adapun taraf signifikasi yang digunakan adalah α = 5% atau 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) H_0 diterima apabila t-hitung < f-tabel atau nilai Sig > 0,05

2) H_0 ditolak apabila t-hitung > f-tabel atau nilai Sig < 0,05

Tabel 4.14

Hasil Uji F

ANOVA[b]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1349.991	2	674.996	57.333	.000[b]
	Residual	1142.009	97	11.773		
	Total	2492.000	99			

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Pada tabel 4.14 hasil uji F di atas dapat diketahui bahwa nilai f-hitung > f-tabel dengan nilai 57,333 > 3,095 dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan adalah 0,000 < 0,05. Sehingga hasil uji hipotesisnya yaitu H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1) dan variabel sertifikasi halal (X_2) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk farmasi.

b) Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu Pengetahuan produk dan Sertifikasi Halal terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi.

Uji T dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung > t-tabel, dengan taraf kesalahan *alpha* (α) = 5% atau 0,05. Untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menentukan df pada t-tabel, menggunakan rumus t-tabel = (α/2 ; n-k-1). Dari rumus tersebut didapat (0,025 ; 97). Dimana α = 0,05 dan k adalah jumlah variabel independen sedangkan n adalah jumlah sampel, maka dapat dihasilkan nilai sebesar 1,985. Berikut perumusan hipotesis:

H_0: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

H_1: Pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

Adapun taraf signifikasi yang digunakan adalah α = 5% atau 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1) H_0 diterima apabila t-hitung < t-tabel atau nilai Sig > 0,05
2) H_0 ditolak apabila t-hitung > t-tabel atau nilai Sig < 0,05

Tabel 4.15

Hasil Uji T

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,772	1,295		2,913	,004
	Pengetahuan produk	,483	,076	,575	6,339	,000
	Sertifikasi Halal	,249	,104	,217	2,393	,019

Sumber: Output SPSS 23, data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.15 variabel pengetahuan produk dapat diperoleh nilai t-hitung sebesar 6,339 sedangkan nilai t-tabel 1,985,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung 6,339 > 1,985 maka H_0 ditolak. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 (0,000 < 0,05). Nilai t-hitung positif menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

Berdasarkan tabel 4.15 variabel sertifikasi halal dapat diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,393 sedangkan nilai t-tabel 1,985, dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung > t-tabel (2,393 > 1,985) maka H_0 ditolak. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,019 (0,019 < 0,05). Nilai t-hitung positif menunjukkan bahwa variabel X_2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk farmasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pengetahuan produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun Secara Parsial

   Pengaruh secara parsial yaitu pengaruh yang terjadi dari masing-masing variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen dengan tingkat pengaruh yang berbeda-beda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun. Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki koefisien yang positif dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Sedangkan variabel sertifikasi halal memiliki koefisien yang positif dengan nilai signifikansi 0,019 < 0,05. Jadi, hal ini dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan produk dan sertifikasi halal secara parsial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pengaruh Pengetahuan produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun

Berdasarkan uji T (parsial) maka diperoleh nilai t-hitung sebesar 6,339 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,985, dapat disimpulkan bahwa nilai y-hitung > t-tabel yaitu 6,339 > 1,985. Sedangkan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak. Nilai t-hitung positif menunjukkan bahwa variabel X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk pada produk farmasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "pengetahuan produk (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi secara parsial di Desa Mojorejo, Madiun" diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Vivi Rahmawati dengan judul "Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang".[1] Penelitian tersebut menyatakan bahwa pengaruh atribut produk dan label halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang, dimana atribut produk adalah salah satu indikator dari pengetahuan produk.

[1] Vivi Rahmawati, "Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang", (Skripsi--Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, 2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengetahuan produk merupakan kumpulan dari berbagai informasi mengenai produk tersebut. Begitu juga dengan konsumen, mereka akan memutuskan mengonsumsi obat/ produk farmasi dengan pengetahuan yang mereka miliki.

b. Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun

Sertifikasi halal merupakan salah satu bagian dari prinsip agama Islam dan prosedur yang membuktikan bahwa suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Dalam keputusan pembelian obat/ produk farmasi, sertifikasi halal mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat di Desa Mojorejo, Madiun. Hal ini terbukti dengan uji T secara parsial sertifikasi halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun. Dari uji yang dilakukan dengan bantuan SPSS diketahui bahwa variabel sertifikasi halal diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,393 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,985, maka dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung > t-tabel yaitu 2,393 > 1,985 maka H_0 ditolak. Nilai t-hitung positif menunjukkan bahwa variabel X_2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel sertifikasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yeni Herliani dengan judul “Pengaruh Perilaku

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangka Raya (Keluarga Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Palangka Raya)".[2] Dari penelitian tersebut diketahui bahwa t hitung 2,952 > 1.993 dan nilai signifikansi 0,004 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel label halal (X_2) berpengaruh terhadap variabel keputusan konsumsi (Y).

Sertifikasi halal adalah suatu fatwa tertulis yang dibuat oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk menyatakan kehalalan pada suatu produk yang sudah sesuai dengan syariat Islam. sertifikat halal ini menjadi syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada suatu kemasan produk dari instansi yang berwenang. Sedangkan setiap individu memiliki proses pengambilan keputusan yang berbeda-beda. Tergantung pada pemikiran dan kebiasaan setiap individu atau calon konsumen.

2. Pengaruh Pengetahuan produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun Secara Simultan

Pengaruh secara simultan merupakan pengaruh dari beberapa variabel independen yang secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh seacara simultan dari pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun. Diperoleh

[2] Yeni Herliani, "Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangka Raya", (Skripsi—Institusi Agama Islam Negeri Palangka Raya, Palangka Raya, 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hasil f-hitung > f-tabel dengan nilai 57,333 > 3,095 dan nilai probabilitas *value* atau taraf signifikan adalah 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara simultan pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian farmasi di Desa Mojorejo.

Sedangkan dari hasil penelitian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu pengetahuan produk (X_1) dan sertifikasi halal (X_2) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) sebesar 0,542 atau 54,2%. Sedangkan sisanya 45,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Hasil dari penelitian tersebut, kedua variabel independen yaitu pengetahuan produk (X_1) dan sertifikasi halal (X_2) mempunyai pengaruh yang relatif cukup terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). *The American Marketing Association* (dalam Kotler, 2000) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana seseorang melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.[3] Pertukaran ini merupaka tindakan seseorang dalam mendapatakan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Danang Waskito dengan judul "Pengaruh Sertifikasi Halal,

[3] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), 2-3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)"[4], dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa secara simultan sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan memiliki pengaruh terhadap minat beli produk makanan pada mahasiswa muslim di Yogyakarta.

Selain itu juga terdapat penelitian Triana Ammuflikhah Jati dengan judul "Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus pada Pelanggan *Larissa Aesthetic Center* di Yogyakarta)"[5], dalam penelitian tersebut berdasarkan analisis regresi pada taraf signifikan 5% menunjukkan bahwa variabel pengaruh sikap dan variabel pengetahuan produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada produk *Larissa Aesthetic Center* di Yogyakarta.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel pengetahuan produk dan variabel sertifikasi halal terdapat pengaruh sebesar 54,2% terhadap variabel keputusan pembelian pada produk farmasi, sedangkan sisanya terdapat variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 45,8%. Seperti penelitian terdahulu bahwa motivasi, sikap, dan perilaku konsumen juga dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga penelitian yang saya lakukan mengenai

[4] Danang Waskito, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal", (Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2015).
[5] Triana Ammuflikhah Jati, "Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan", (Skripsi—Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, 2017).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengetahuan produk dan sertifikasi halal hanya memiliki pengaruh sebesar 54,2%.

Menurut Kotler dan Keller proses pengambilan keputusan adalah proses psikologis dasar yang memainkan peran penting dalam pemahaman konsumen secara aktual untuk mengambil keputusan pembelian. [6] Konsumen dalam mengambil keputusan akan mempertimbangkan beberapa hal dari produk tersebut, seperti kualitas, harga, dan produk yang sudah dikenal masyarakat. Dalam pengambilan keputusan konsumen memiliki beberapa tahapan, yaitu pengenalan masalah, pencarian berbagai alternatif solusi, evaluasi berbagai alternatif solusi, pembelian, dan penggunaan pasca pembelian serta evaluasi ulang alternatif yang dipilih.[7]

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen yaitu proses pemilihan terhadap suatu produk yang akan dikonsumsi dengan tindak lanjut yang nyata. Kemudian setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pada pilihan produknya yang kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

[6] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), 214.
[7] J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 165.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan pada bab yang telah dibahas sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun adalah:

1. Berdasarkan uji t (parsial) variabel pengetahuan produk (X_1) terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun diperoleh nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel yaitu sebesar 6,339 > 1,985 dan nilai signifikansinya yang diperoleh sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05. Sehingga pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun secara positif dan signifikan.
2. Berdasarkan uji t (parsial) variabel sertifikasi halal (X_2) terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun diperoleh nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel yaitu sebesar 2,393 > 1,985 dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,019 lebih kecil daripada 0,05. Sehingga sertifikasi halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun secara positif dan signifikan.
3. Berdasarkan uji F (simultan) didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk farmasi di Desa Mojorejo, Madiun secara positif dan signifikan karena memiliki f-hitung lebih besar daripada f-tabel yaitu sebesar 57,333 > 3,095 dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Bagi Akademisi

   Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan meneliti minat beli produk farmasi halal di desa-desa yang nantinya dapat dilanjutkan dengan sosialisasi tentang halal farmasi, sehingga diharapkan hal ini dapat meningkatkan kesadaran untuk masyarakat dan orang-orang muslim sekitar. Selain itu untuk penelitian selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan mengurangi tingkat kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir sehinggga data yang didapat akan lebih maksimal.

2. Bagi Masyarakat Desa Mojorejo Kec. Kebonsari Kab. Madiun

   Diharapkan masyarakat tetap dalam keyakinannya untuk mengonsumsi produk halal termasuk pada produk farmasi dan dapat saling berbagi informasi tentang produk halal pada masyarakat lainnya sehingga dapat memilah produk farmasi yang halal untuk dikonsumsi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Alrochmanto, Bayu. "Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal", (Skripsi—Universitas Diponegoro, Semarang, 2014).

Anaroga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta. 2014.

Dwiastuti, Rini,. et al., *Ilmu Perilaku Konsumen.* Malang: UB Press. 2012.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016.

Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Salemba Humanika. 2010.

Herliani, Yuni. "Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangka Raya", (Skripsi—Institusi Agama Islam Negeri Palangka Raya, Palangka Raya, 2016).

Hijriawati, Mega. " *Upaya Farmasis dalam Implementasi Undang-undang Jaminan Produk Halal*". dalam https://www.google.co.id/amp/farmasetika.com/2018/08/02/upaya-farmasis-dalam-implementasi-undang-undang-jaminan-produk-halal/amp. diakses pada tanggal 30 September 2018.

Jati, Triana Ammuflikhah. "Pengaruh Sikap dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan", (Skripsi—Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, 2017).

Jazil, Saiful. *Fiqih Mu'amalat*. Surabaya: UINSA Press. 2014.

Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kualitatif–Kuantitatif* . Malang: UIN Maliki Press. 2010.

Khadafi, Ahmad. "Saat Islam Menjadi Agama Mayoritas di Dunia", dalam https://www.google.co.id/amp/s/amp.tirto.id/saat-islam-menjadi-agama-mayoritas-di-dunia-cmdV. diakses pada tanggal 13 Oktober.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks. 2007.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo. 2001.

Lamb, W. Charles,. et.al, *Pemasaran.* Jakarta: Salemba Empat. 2001.

Larasati, Ajeng., et al., "Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim Untuk Membeli Produk Kosmetik Halal", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8/ no. 2 (2018).

Margono. *metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2005.

Maskhuri,. dan Asnawawi. *Metodologi Riset Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press. 2011.

Nasution. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito. 2003.

Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat. 2014.

Pratami, Anisa."Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Madoe Honey IPB", (Skripsi—Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2014).

Priyatno, Duwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset. 2014.

Rahmawati, Vivi. "Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang", (Skripsi--Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, 2014).

Rambe, Yuli Mutiah., dan Syaad Afifuddin, "Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1/no. 1 (2012).

Sadeeqa, Saleha., dan Azmi Sarriff, "Comparing KAP Regarding Halal Pharmaceuticals among General Practitioners and Hospital Doctors", *Journal of Applied Pharmaceuticals Science*, Vol. 4/ no. 10 (2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sadeeqa, Saleha., et al., "Knowledge, Attitude, and Perception Regarding Halal Pharmaceuticals, among Academiciansin Various Universities of Malaysia", *International Journalof Educational Research and Development*, Vol. 2/ no. 8 (2013).

Sangadji, Mamang Etta dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offse. 2013.

Sari, Dewi Kurnia., dan Ilyda Sudardjat. "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1/no. 4 (2013).

Setiadi J, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenamedia Group. 2015.

Sholeh, Asrorun Ni'am, "Jaminan Halal pada Produk Obat", *Jurnal Syariah 3* (2015).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. 2015.

Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta. 2011.

Suharjo, Bambang. *Statistika Terapan: Disertai Contoh Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.

Supranto dan Nandan Limakrisna. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2011.

Tika, Moh Prabundu. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Usfa, Junita Azimatul. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pembelian Obat dan Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi—Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2017).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Waskito, Danang. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal”, (Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2015).

Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Minat beli (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo*)”, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. VI/ No.2 (2016).

Badan Pusat Statistik. “Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut”, dalam https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321. diakses pada tanggal 30 September.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*. Bandung: Jumanatul ‘Ali-Art. 2005.

LPPOM MUI, “Sertifikat Halal MUI”. dalam www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/55/1360/page/1. diakses pada tanggal 15 Oktober 2018.

Republika, “Obat Bersertifikasi Halal Dipastikan Terealisasi pada 2019”,dalam https://www.google.co.id/amp/s/m.republika.co.id/amp/p7c4wwm438. diakses pada tanggal 14 Oktober.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id