

Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent

Dewi¹, Idris Parakkasi², Trisno Wardy Putra³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

E-mail: dewiambangi@gmail.com¹, idris_parakkasi12@yahoo.com²,
trisno.putra@uin-alauddin.ac.id³

ABSTRAK- Kurangnya Kesadaran dalam memproduksi produk berlabel halal dan berkualitas akan menimbulkan dampak kerugian bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan pendekatan survei. Fokus populasinya yaitu seluruh masyarakat di Kecamatan Panakkukang yang pernah membeli dan menggunakan pasta gigi pepsodent dan penarikan sampel menggunakan rumus *Hair at al* dengan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh sebanyak 140 responden. Analisis adatanya adalah regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 21.0 yang diolah berdasarkan hasil jawaban responden yang mengisi kuesioner yang disebarakan secara langsung. Setelah mengolah dan menganalisis data, maka hasil penelitian diperoleh yaitu: *pertama*, label halal dan kualitas produk secara individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan pada nilai signifikan masing-masing variabel $< 0,05$, dan hasil $t_{hitung} > 1,977$. *Kedua*, berdasarkan uji simultan, dapat disimpulkan bahwa label halal dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, karena nilai signifikan kedua variabel bebas $< 0,05$ dan $f_{hitung} > 3,06$. Dengan demikian, label halal dan kualitas produk pasta gigi pepsodent perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara keduanya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen khususnya di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.

Kata kunci: Label Halal, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi telah membawa perubahan dunia menjadi zaman yang semakin modern. Hal ini ditandai dengan perkembangan ilmu pengetahuan, budaya dan teknologi. Faktanya industri kecantikan saat ini berkembang pesat dengan *market value* lebih dari 500 miliar dollar AS ditambah estimasi mencapai 805 miliar dollar AS di tahun 2023. Produk perawatan kulit, rambut, tubuh, gigi, make-up, parfum merupakan kategori utama dalam industri ini. merupakan sebuah potensi bisnis bagi Indonesia dalam industri kecantikan dan perawatan karena berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Euromonitor bahwa diprediksikan tahun 2022 jumlahnya mencapai 8,4 miliar dollar AS¹. Hal ini juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan taraf kecantikan atau perawatannya dengan melihat banyaknya produk kecantikan yang tersedia salah satunya perawatan gigi. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, kini tersedia pasta gigi yang menggantikan siwak sebagai pembersih gigi manusia. Hingga saat ini tercipta banyak pasta gigi dan pangsa pasarnya merambak di seluruh wilayah Indonesia. Terkhususnya di kota Makassar yang termasuk dalam kategori penduduk yang terbilang banyak di kota Sulawesi Selatan. Dengan semakin berkembangnya penyebaran produksi pasta gigi di Indonesia menunjukkan bahwa kebutuhan akan pasta gigi sangat meningkat dan tentunya akan berpengaruh terhadap minat pembelian bahkan keputusan pembelian².

Dalam proses pengambilan keputusan, setiap konsumen akan memiliki pandangan yang berbeda terhadap produk apa yang akan mereka beli. Pun dengan berbagai proses penilaian, yakni bagaimana suatu produk dapat menarik konsumen untuk membelinya seperti karena keberadaan label halal atau kualitasnya yang baik. Dengan sebab inilah, industri pasta gigi saling bersaing memproduksi berbagai merek pasta gigi yang halal dan kualitas produk yang bagus. Mereka akan berlomba-lomba untuk mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal sangat penting bagi produk karena tercantumnya label halal menunjukkan kualitas baik tidaknya suatu produk³. Melalui LPPOM-MUI yang bertugas memutuskan apakah produk yang akan diedarkan

¹Jerry Shalmont, "Sustainable Beauty: Kesiapan Konsumen Di Indonesia Dalam Mengintegrasikan Konsep Keberlanjutan Dalam Pengelolaan Sampah Kemasan Plastik Produk Industri Kecantikan," *Law Review* Xx, No. 2 (2020): 138–68.

²Dhiraj Kelly Sawlani, *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*, Ed. Oleh Dhiraj Kelly Sawlani (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), 20.

³Syafrida, "Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim," *Adil: Jurnal Hukum* 7, No. 2 (2016): 160–74.

adalah produk yang halal digunakan sesuai ketentuan syariat dengan melalui pemeriksaan terlebih dahulu, kemudian memberikan keputusan layak tidaknya produk mendapat sertifikat halal⁴. Dengan demikian, hal ini dapat membantu masyarakat untuk mengetahui kehalalan dan keamanan produk yang akan dibeli. Terutama masyarakat muslim, untuk menggunakan suatu produk, mereka membutuhkan keterangan bahwa produk tersebut halal dan aman.

Label halal akan mengurangi penilaian konsumen terhadap ketidakjelasan (gharar) pada produk. Sehingga setiap produk dibutuhkan adanya cantuman label halal terutama pada produk pasta gigi. Kehalalan pada pasta gigi sangat dibutuhkan karena ia merupakan kebutuhan sehari-hari. Agar terhindar dari unsur keharaman dalam mengkonsumsi pasta gigi maka dibutuhkan kehalalannya baik dari segi zatnya maupun non-zatnya. Selain label halal, kualitas produk juga penting karena ia syarat produk diterima di pasar adalah produk yang aman digunakan. Suatu produk dikatakan berkualitas baik apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan yaitu produk yang diinginkan konsumen menyangkut keinginan, kebutuhan dan keamanan produk (Saputri, 2017: 3). Namun, faktanya kondisi yang seringkali terjadi dikalangan masyarakat ketika memilih ataupun membeli suatu produk seringkali melalaikan kehalalan produknya. Biasanya masyarakat hanya menilai manfaat produk dari apa yang mereka lihat di iklan-iklan atau membeli hanya sekedar mengikuti trend tanpa mempertimbangkan halal dan keamanan produk tersebut. Kondisi ini dialami oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia, terutama masyarakat di kota Makassar. Hal ini tentunya menjadi suatu masalah bagi masyarakat dimana diketahui bahwa banyak produk lokal maupun asing yang diperjualbelikan di toko setempat, namun ternyata tidak berbanding lurus dengan usaha pemberian label halal pada setiap produk atau tempat yang ada di kota Makassar⁵. Untuk itulah, kesadaran konsumen terhadap label halal merupakan perhatian yang penting dalam suatu keputusan pembelian pada setiap produk.

Sejalan dengan pentingnya perhatian konsumen terhadap label halal, kesadaran akan produsen terhadap penjaminan kehalalan produknya juga merupakan hal yang penting. Namun, penggunaan label halal pada produk kosmetik di kota Makassar masih sangat rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Asrina dan

⁴Ady Syahputra Dan Haroni Doli Hamoraon, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan," *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 2, No. 8 (2014): 475–87.

⁵Hikmawati, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Cake Dan Bakery Chocolicious Di Kota Makassar" (Universitas Islam Negeri Allauddin Makassar, 2019).

Lince Bulutoding, bahwa produk kosmetik yang beredar di Kota Makassar masih banyak yang belum mencantumkan labelisasi halal pada kemasan produk⁶. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Kepala Bidang Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI Sulawesi Selatan bahwa penggunaan labelisasi halal pada produk kosmetik di Kota Makassar masih sangat rendah, dengan persentasenya tidak mencapai 50%. Hal ini tentunya menjadi sebuah permasalahan bagi masyarakat kota Makassar, dimana penduduk kota Makassar adalah mayoritas muslim yang mencapai persentase 82,36%, sedangkan penggunaan label halal pada produk kosmetik yang termasuk di dalamnya seperti sabun dan alat pemutih lainnya belum mencapai 50%, bahkan masih sangat jauh dari persentase tersebut. Kualitas produk merupakan salah satu penentu aman tidaknya produk, untuk itu konsumen juga perlu memperhatikan dari kualitas produk yang akan digunakan. Dapat diartikan bahwa produk yang memiliki izin edar dari BPOM dapat dipastikan bahwa produk tersebut tidak berbahaya atau aman digunakan. Namun, masih banyak ditemukan produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya seperti merkuri dan tanpa izin edar dari BPOM namun tetap diperjualbelikan di Kota Makassar.

Berdasarkan latar belakang yang telah digambarkan diatas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent"**. Sehingga dibuat sebuah rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana pengaruh label halal dan kualitas produk baik secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent? Oleh karena itu, menarik untuk diketahui apakah label halal dan kualitas produk juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang kota Makassar. Dengan tujuan penelitian tersebut, dapat dirumuskan sebuah hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ha1: Label Halal berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.

Ha2: Kuallitas Produk tidak berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.

⁶Fitri Agustia Ningsih, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat 38b Banjarrejo" (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro, 2020).

Ha3: Label Halal dan Kuallitas Produk tidak berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.

TINJAUAN LITERATUR

Label Halal

Labelisasi halal adalah perizinan pemasangan kata “halal” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat halal MUI. Sertifikat halal MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LPPOM MUI⁷. Abdurrahman dalam bukunya yang berjudul “Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen”⁸ menjelaskan bahwa sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI. Pengertian label halal adalah tanda kehalalan suatu produk. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label halal dan iklan pangan bahwa label halal adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan. Berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014, ditentukan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Menurut Elmi As Pelu (2009) indikator label halal terbagi menjadi tiga, *pertama*, Pengetahuan yaitu keadaan dimana seseorang mengetahui suatu informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan melekat kuat dibenaknya. *Kedua*, Kepercayaan yaitu suatu psikologis pada saat seseorang menganggap suatu premis benar atau dapat juga diartikan sebagai anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dapat dipercayai itu benar atau nyata. *Ketiga*, Penilaian yaitu yang dimaksud adalah proses atau cara seseorang memberikan tanggapan atau pemberian nilai terhadap label halal⁹.

⁷Panji Adam Agus Putra, “Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam,” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1, No. 1 (2017): 150–65.

⁸Abdurrahman Konoras, *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen* (Depok: Pt Rajagrafindo Persada, 2017), 63.

⁹Anita, “Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Wardah Pada Konsumen Salon Wella Di Sungailiat” (Universitas Bangka Belitung, 2016).

Kualitas Produk

Kualitas merupakan konsep manusia untuk menyatakan tingkat keunggulan suatu produk atau kesesuaian untuk tujuan tertentu. Umumnya kualitas suatu produk tidak ditentukan oleh faktor tunggal, namun terdiri dari kombinasi berbagai faktor¹⁰. Kotler dan Keller (2009) menjelaskan pengertian kualitas yaitu merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan¹¹. Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Maka dari itu, sebuah produk harus menonjolkan kekuatan produknya baik dari segi kualitas rasa, kualitas pelayanannya atau lainnya sehingga para konsumen merasa puas dan memberikan respon positif terhadap produk. Kualitas memperlihatkan semua jenis penawaran suatu produk yang bermanfaat untuk para konsumen Tjiptono (2008) mengungkapkan bahwa ada tiga indikator dalam kualitas produk yakni: 1) kinerja yang berhubungan dengan fungsi utama produk, dimana produk itu akan memuaskan konsumen apabila dapat bekerja sesuai dengan permintaan konsumen; 2) daya tahan yang berarti berapa lama atau umur untuk produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk; 3) fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk; 4) realibilitas/keandalan adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dengan periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan; 5) estetika berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, misalnya bentuk fisik, model, desain yang artistik, dan sebagainya; 6) kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk¹².

¹⁰Muddijati Gardjito, Widuri Handayani, Dan Ryan Salfarino, *Penanganan Segar Hortikultural Untuk Penyimpanan Dan Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2015), 243.

¹¹ D. Anggraeni, S. Kumadji, Dan S. Sunarti, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)," *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 37, No. 1 (2016): 171–77.

¹²G. Putra, Z. Arifin, Dan S. Sunarti, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk akibat adanya dorongan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya. Menurut Kotler dan Keller (2007) bahwa keputusan pembelian adalah tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian konsumen suatu produk. Keputusan pembelian terhadap suatu produk menurut Kotler dan Keller (2009) memiliki beberapa tahap yang dapat dilihat pada gambar berikut:¹³

Gambar 1
Proses Pengambilan Keputusan Pembelian



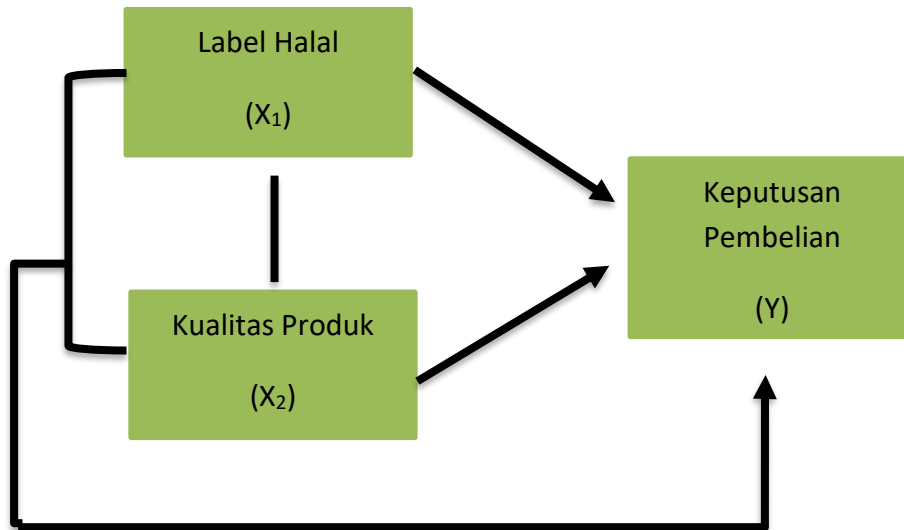
Dengan keterangan sebagai berikut: 1) Pengenalan masalah/kebutuhan, yaitu konsumen menyadari adanya keinginan atau kebutuhan pada suatu produk; 2) Pencarian informasi, yaitu konsumen akan mencari informasi tertentu terhadap barang yang akan dibeli berdasarkan oleh dorongan dari adanya keinginan atau kebutuhan pada produk tersebut; 3) Evaluasi alternatif, yaitu proses dimana konsumen akan membandingkan atau mempertimbangkan produk mana yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya. Setelah konsumen mengetahuinya. Setelah konsumen mengetahui produk yang cocok dengan masalah yang dibutuhkannya maka ia akan menentukan produk yang akan dibelinya; 4) Keputusan pembelian, yaitu keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya; 5) Perilaku pasca pembelian, yaitu keadaan dimana konsumen telah membeli produk dan pada tahap ini konsumen akan menentukan apakah ia puas dengan produk yang dibelinya atau sebaliknya. Dengan kata lain konsumen akan memutuskan untuk membeli ulang produk tersebut apabila produk yang dibelinya telah memenuhi dan memuaskan kebutuhannya.

Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus),” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 48, No. 1 (2017): 125.

¹³Nur Kholidah Dan Muhammad Arifiyanto, *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal* (Pekalongan: Nem, 2020), 10.

KERANGKA PIKIR

Gambar 2
Kerangka Pikir Penelitian



Keterangan:

→ : Berhubungan secara parsial

└→ : Berhubungan secara simultan

Penelitian ini menggunakan variabel label halal dan kualitas produk sebagai variabel independent dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent. Kemudian masing-masing variabel tersebut akan diketahui bagaimana hubungannya satu sama lain, yaitu pengaruh label halal dan kualitas produk baik berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei yang dilakukan di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar yang pernah membeli dan menggunakan pasta gigi pepsodent. Dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* dan rumus Hair et al, yakni semua jumlah indikator variabel dikalikan dengan taraf nilai yang telah ditentukan oleh rumus Hair et al sebesar 5-10, sehingga sampel dalam penelitian ini sebesar 140 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan data primer dan sekunder, dimana data sekunder melalui perantara buku, jurnal dan kajian lain yang berkaitan dengan masalah penelitian, sedangkan data

primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada responden dengan menggunakan instrumen *skala likert* yang dilakukan selama kurang lebih 1 (satu) bulan. Kemudian data tersebut diolah melalui program SPSS 21.0 dan dianalisis dengan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis, sehingga dapat menghasilkan data yang dibutuhkan dan sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji mengenai pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar yang kemudian hasil penelitian diolah menggunakan SPSS 21.0 ditunjang oleh alat ukur yang telah memenuhi segala uji kriteria, baik uji instrumen penelitian maupun uji asumsi klasik. Demikian selanjutnya dilakukan uji regresi linear berganda berdasarkan output SPSS berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,086	2,877		3,159	,002
1 Label Halal (X1)	,308	,082	,286	3,743	,000
Kualitas Produk (X2)	,494	,068	,555	7,259	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diatas, maka diperoleh persamaan berikut:

$$Y = 9,086 + 0,308X_1 + 0,494X_2 + e$$

Dari persamaan diatas dapat diketahui nilai konstanta (a) adalah positif yaitu sebesar 9,086 yang menunjukkan pengaruh positif variabel independent. Dimana jika X_1 dan $X_2 = 0$, maka keputusan konsumen muslim Kecamatan Panakkukang dalam membeli pasta gigi pepsodent adalah sebesar 9,086. Kemudian juga diperoleh nilai $X_1 = 0,308$, artinya variabel label halal

berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar. Dengan kata lain bahwa setiap adanya penambahan sebesar satu satuan pada karakteristik X_1 , maka keputusan konsumen pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang adalah sebesar 0,308 satuan. Begitupun dengan nilai $X_2 = 0,494$ yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar, atau dapat diartikan bahwa setiap adanya penambahan sebesar satu satuan pada karakteristik X_2 , maka keputusan konsumen pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang adalah sebesar 0,494 satuan.

Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada Uji Parsial (Uji-T), yang dimaksudkan untuk mengetahui label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yakni dengan output SPSS sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,086	2,877		3,159	,002
1 Label Halal (X1)	,308	,082	,286	3,743	,000
Kualitas Produk (X2)	,494	,068	,555	7,259	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Dapat diketahui hasil uji parsial diatas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $3,743 > 1,977$. Sehingga dengan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent pada masyarakat di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.

Label halal produk bisa memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian konsumen karena memilih dan menggunakan produk halal adalah kewajiban bagi masyarakat muslim. Bukan hanya sekedar kewajiban, halalnya suatu produk akan menjamin bahwa produk tersebut terbebas dari bahan yang

membahayakan. Dapat dilihat pada distribusi jawaban responden dominan menjawab sangat setuju yakni 70,7% bahwa pasta gigi pepsodent aman karena sudah berlabel halal. Responden memilih dan menggunakan pasta gigi pepsodent karena mereka percaya pasta gigi pepsodent halal dan tidak menimbulkan masalah pada gigi mereka. Dijelaskan dalam UU No. 33 Pasal 3 tahun 2014 tentang jaminan produk halal, bahwa produk yang berlabel halal akan memberikan kenyamanan, kemanan, keselamatan dan kepastian bagi konsumen untuk menggunakan produk halal tersebut¹⁴. Menurut Henry, proses pemilihan kehalalan produk akan menjadi salah satu faktor konsumen dalam keputusan pembelian¹⁵. Dimana Grunert (2005) menjelaskan bahwa label produk adalah alat informasi penting bagi konsumen yang dapat membantu mereka dalam membuat keputusan pembelian. Juga dijelaskan oleh Kusumaningtyas & Prasetyo (2022) bahwa produk halal terbukti telah menarik banyak konsumen, menurutnya label halal merupakan informasi penting untuk memastikan bahwa produk tersebut halal, kemudian dari sisi hukum Islam sendiri menggunakan produk halal adalah persyaratan wajib yang harus dipatuhi¹⁶.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Suriati Rahmi (2018) berjudul “pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah” dengan hasil bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Saleh dkk (2020) menunjukkan adanya pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian. Pada era saat ini konsumen lebih selektif dalam penentuan pembelian produk, dan untuk memutuskan pembelian itu tidak mudah. Salah satu penentunya dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah label halal. Label halal menjadi sebuah perhatian penting dalam pemilihan produk, terutama bagi masyarakat muslim yang memang disyariatkan untuk mengkonsumsi produk yang halal¹⁷. Seperti yang dikemukakan oleh Purboyo dkk (2021) bahwa dulu label halal tidak begitu diperhatikan oleh konsumen, tetapi saat ini label halal

¹⁴Nurhalima Dan Manshuruddin, *Makna Makanan Halal Dan Baik Dalam Islam* (Medan: Cv Cattleya Darmaya Fortuna, 2022), 2.

¹⁵Hernama Dan Lies Handrijaningsih, “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor Di Kalangan Mahasiswa,” *Ug Jurnal* 15, No. 2 (2021): 54.

¹⁶Menur Kusumaningtyas Dan Ari Prasetyo, *Serial Pemasaran Islam: Pariwisata Halal* (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2022), 24–25.

¹⁷Didik Gunawan Dkk., *Monograf Keputusan Pembelian Scincare Safi Berbasis Media Marketing* (Pekanbaru: Pt Inovasi Pratama Internasional, 2022), 24.

menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen¹⁸. Demikian memperkuat hasil penelitian, Wahyu (2013) dalam penelitiannya bahwa kosmetik yang berlabel halal akan memberikan nilai positif yang memiliki peluang yang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen¹⁹. Pasta gigi pepsodent adalah salah satu jenis kosmetik yang berlabel halal sehingga tidak heran jika label halalnya dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam membeli produk tersebut.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil uji hipotesis pada variabel kualitas produk diperoleh hasil output SPSS dengan melakukan uji parsial (Uji-T) sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,086	2,877		3,159	,002
1 Label Halal (X1)	,308	,082	,286	3,743	,000
Kualitas Produk (X2)	,494	,068	,555	7,259	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Dimana diketahui nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $7,259 > 1,977$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent pada masyarakat di Kecamatan Panakkukang

¹⁸ Purboyo Dkk., *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual Dan Praktis)* (Bandung: Cv Media Sains Indonesia, 2021), 24.

¹⁹ Hayet, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia)," *Jurnal Ekonomi Islam* 10, No. 1 (2019): 60.

Kota Makassar.

Menurut Bill Gates, produk yang diterima konsumen dengan baik tentunya adalah produk yang layak dan berkualitas. Saat menghasilkan sebuah produk dengan kualitas tinggi, tentu saja akan meningkatkan nilai jualnya. Kualitas produk yang baik akan memotivasi pembeli untuk menggunakan produk tersebut²⁰. Selain itu, menurut Kotler dan Keller (2012), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen²¹. Oleh karena itu, kebanyakan responden menilai bahwa pasta gigi pepsodent mempunyai kualitas dan reputasi yang baik sehingga mereka memilih produk ini. Dapat dilihat dari tanggapan responden sebesar 57,1% yang menyatakan bahwa responden memilih pasta gigi pepsodent karena memiliki reputasi yang baik dan sebesar 51,4% menyatakan bahwa pasta gigi pepsodent memiliki kualitas produk yang baik. Sehingga rata-rata responden menjawab sangat setuju untuk membeli dan menggunakan pasta gigi pepsodent karena memiliki kualitas produk dan reputasi yang baik, artinya produk tersebut aman, nyaman dan tidak merugikan konsumen.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Kadek Ayuk Rizka Oktavenia & I Gusti Agung Ketut Sri Ardani (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi” bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana semakin tinggi peningkatan kualitas suatu produk maka juga akan meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut. Pernyataan ini senada dengan pendapat Yenni Arfah dalam bukunya yang mengatakan bahwa kualitas produk adalah hal utama yang mempengaruhi keputusan pembeli. Semakin baik kualitas suatu produk, maka akan meningkatkan minat konsumen untuk memilih atau membeli produk tersebut. Kemudian apabila produk tersebut selalu meningkat seiring banyaknya permintaan konsumen, maka akan mempengaruhi loyalitas konsumen untuk membeli ulang produk²².

Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

²⁰Febri Asiani, *Apa Yang Bill Gates Lakukan Saat Tidur?*, Jakarta (Anak Hebat Indonesia, 2021), 142.

²¹Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk* (Padang: Pt Inovasi Pratama Internasional, 2022), 13.

²² Arfah, 1.

Pada uji hipotesis pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan diperoleh hasil output SPSS dengan melakukan uji simultan (Uji-F) berikut:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4525,677	2	2262,838	112,392	,000 ^b
	Residual	2758,278	137	20,133		
	Total	7283,955	139			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Label Halal (X1)

Diketahui nilai signifikansi (sig) label halal dan kualitas produk sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan nilai f_{hitung} label halal dan kualitas produk sebesar 112,392 ($112,392 > 3,06$). Artinya untuk memenuhi syarat agar berpengaruh secara simultan, maka sig. variabel X1 dan X2 harus lebih kecil dari 0,05, dan f_{hitung} harus lebih besar dari t_{tabel} . Maka berdasarkan hasilnya label halal dan kualitas produk dapat secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Noviana Dwi Saputri (2017) dengan hasil penelitian bahwa label halal dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kosmetik. Setelah diurutkan pernyataan dengan respon tertinggi yakni responden sangat setuju bahwa mereka memutuskan untuk membeli dan menggunakan pasta gigi pepsodent karena produknya berlabel halal dan berkualitas baik. Ketika konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk maka ia akan mempertimbangkan berbagai hal seperti dari segi label halal dan kualitas produknya. Dalam QS. Al-Ma'idah: 88, Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Terjemahan:

“Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki

yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman” (QS. Al-Ma’idah: 88).

Ayat diatas dapat diartikan bahwa Allah Subuhanahu Wa Ta’ala memerintahkan untuk memilih produk yang halal dan baik. Artinya sebagai umat muslim, merupakan suatu kewajiban untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk-produk yang halal sehingga melalui pertimbangan ketika hendak memutuskan pembelian, umat muslim terlebih dahulu melihat dari segi kehalalan dan baik atau aman tidaknya produk tersebut. Sesuai dengan pendapat Anna (2015) dalam bukunya yang berjudul “Buku Saku Produk Halal” bahwa Islam mensyaratkan pada dua hal yakni produk yang halal dan toyyib, dimana halal berpijak pada sisi keagamaan dan tayyib berpijak pada kelayakan dan standar kesehatan. Bisa saja terdapat produk yang tidak diharamkan tetapi tidak memenuhi standar kesehatan, karena menggunakan produk yang halal dan toyyib (baik) akan berpengaruh pada kesehatan baik fisik maupun jiwanya²³.

Diantara masing-masing variabel bebas, kualitas produk yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian konsumen dimana diperoleh nilai kualitas produk sebesar 0,494 sedangkan label halal hanya sebesar 0,308. Artinya jika kualitas produk ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka keputusan konsumen untuk membeli pasta gigi pepsodent akan semakin meningkat sebesar 0,494 dan begitupun dengan label halal. Berdasarkan pada uji koefisien determinasi, yaitu:

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,788 ^a	,621	,616	4,48703

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Label Halal (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan positif sebesar 78,8%. Juga diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 62,1%, artinya variabel label halal dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 62,1% , atau sumbangsih yang diberikan oleh variabel label halal dan kualitas produk terhadap Y adalah sebesar 62,1%.

²³ Anna Priangani Roswiem, *Buku Saku Produk Halal* (Jakarta: Republika Penerbit, 2015), 1.

Sedangkan sisanya yaitu 37,9% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, label halal dan kualitas produk pada pasta gigi pepsodent perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara keduanya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen khususnya di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari rumusan masalah penelitian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, yakni:

1. Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar
3. Label halal dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli pasta gigi pepsodent di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar

REFERENSI

- Anggraeni, D., S. Kumadji, Dan S. Sunarti. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)." *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 37, No. 1 (2016): 171–77.
- Anita. "Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Wardah Pada Konsumen Salon Wella Di Sungailiat." Universitas Bangka Belitung, 2016.
- Arfah, Yenni. *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: Pt Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Asiani, Febri. *Apa Yang Bill Gates Lakukan Saat Tidur?* Jakarta. Anak Hebat Indonesia, 2021.
- Daud, Zikriatul Ulya. "Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 7, No. 2 (2018): 174–83.
- Edbert, Steven, Altje Tumbel, Dan Willem Alfa Tumbuan. "Pengaruh Image, Harga, Iklan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Manado." *Jurnal Emba* 2,

No. 3 (2014): 1035–44.

Gardjito, Muddijati, Widuri Handayani, Dan Ryan Salfarino. *Penanganan Segar Hortikultural Untuk Penyimpanan Dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2015.

Gunawan, Didik, Aiga Dwi Pratiwi, Yenni Arfah, Dan Bobby Hartanto. *Monograf Keputusan Pembelian Scincare Safi Berbasis Media Marketing*. Pekanbaru: Pt Inovasi Pratama Internasional, 2022.

Hayet. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia).” *Jurnal Ekonomi Islam* 10, No. 1 (2019).

Hernama, Dan Lies Handrijaningsih. “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor Di Kalangan Mahasiswa.” *Ug Jurnal* 15, No. 2 (2021): 53–62.

Hikmawati. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Cake Dan Bakery Chocolicious Di Kota Makassar.” Universitas Islam Negeri Allauddin Makassar, 2019.

Kholidah, Nur, Dan Muhammad Arifiyanto. *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: Nem, 2020.

Konoras, Abdurrahman. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Pt Rajagrafindo Persada, 2017.

Kusumaningtyas, Menur, Dan Ari Prasetyo. *Serial Pemasaran Islam: Pariwisata Halal*. Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2022.

Maharani, Nina. “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)* 12, No. 1 (2015): 59–75.

Ningsih, Fitri Agustia. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat 38b Banjarrejo.” Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro, 2020.

Nurhalima, Dan Manshuruddin. *Makna Makanan Halal Dan Baik Dalam Islam*. Medan: Cv Cattleya Darmaya Fortuna, 2022.

Purboyo, Sri Hastutik, Gusti Putu Eka Kusuma, Acai Sudirman, Suwandi S, Sangadji, Aditya Wardhana, Dkk. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual Dan Praktis)*. Bandung: Cv Media Sains Indonesia, 2021.

Putra, G., Z. Arifin, Dan S. Sunarti. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus).” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 48, No. 1 (2017): 124–31.

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

- Putra, Panji Adam Agus. “Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam.” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1, No. 1 (2017): 150–65.
- Roswiem, Anna Priangani. *Buku Saku Produk Halal*. Jakarta: Republika Penerbit, 2015.
- Sawlani, Dhiraj Kelly. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Diedit Oleh Dhiraj Kelly Sawiani. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Shalmont, Jerry. “Sustainable Beauty: Kesiapan Konsumen Di Indonesia Dalam Mengintegrasikan Konsep Keberlanjutan Dalam Pengelolaan Sampah Kemasan Plastik Produk Industri Kecantikan.” *Law Review Xx*, No. 2 (2020): 138–68.
- Syafrida. “Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim.” *Adil: Jurnal Hukum* 7, No. 2 (2016): 160–74.
- Syahputra, Ady, Dan Haroni Doli Hamoraon. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan Dalam Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan.” *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 2, No. 8 (2014): 475–87.