

ABSTRAK

PENGARUH LABEL HALAL, RELIGIUSITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KEMASAN (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

Konsumsi merupakan salah satu bentuk dari perilaku ekonomi dengan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Kegiatan yang mendasar yang dilakukan oleh individu adalah kegiatan makan dan minum. Hal ini dikarenakan makan dan minum merupakan kebutuhan pokok yang paling dasar bagi setiap makhluk hidup. Perkembangan ekonomi di Indonesia berkembang cukup pesat, dimana para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menciptakan produk khususnya dibidang makanan kemasan. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam menunjukkan bahwa konsumsi terbesar di pegang oleh umat Islam, dimana dalam Islam kehalalan suatu produk menjadi prioritas utama, sehingga diwajibkan bagi semua produsen makanan untuk memiliki sertifikat halal. Makanan halal yaitu segala jenis makanan yang diperbolehkan oleh syariat Islam untuk dikonsumsi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh label halal, religiusitas dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif, pengumpulan data menggunakan kuesioner, responden pada penelitian ini yaitu mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Raden Fatah Palembang. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisa menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan alat analisis SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan dari uji t variabel label halal t_{tabel} didapat sebesar $2.795 > 1.996$ dan t_{hitung} sebesar $0.007 < 0.05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima. Dari uji t variabel religiusitas t_{tabel} didapat sebesar $2.734 > 1.996$ yang dan t_{hitung} sebesar $0.008 < 0.05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima. Dari uji t variabel harga t_{tabel} didapat sebesar $2.356 > 1.996$ dan t_{hitung} sebesar $0.021 < 0.05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima. Dan hasil dari uji F menunjukkan variabel Label halal, religiusitas dan harga secara simultan berpengaruh signifikan, Hal ini dibuktikan dengan hasil yang menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar $22.138 > 2.74 F_{tabel}$. Dengan angka signifikan (p-value) $0.000 < 0.05$. jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima.

Kata Kunci: Label Halal, Religiusitas, Harga, Keputusan Pembelian.