

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN HALAL
(STUDI PADA: KABUPATEN OKU TIMUR)**



Skripsi Oleh :

PUNGKI MAHERA

01021181722108

EKONOMI PEMBANGUNAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2021

KEMENTERIAAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MAKANAN HALAL (STUDI PADA: KABUPATEN OKU TIMUR)

Disusun oleh:

Nama : Pungki Mahera
NIM : 01021181722108
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal:

Ketua

06/07/2021



Dr. Suhel, M.Si

NIP. 196610141992031003

Tanggal:

Anggota

05/07/2021



Dr. Hj. Anna Yulianita, S.E., M. Si

NIP. 197007162008012015

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN HALAL (STUDI PADA: KABUPATEN OKU TIMUR)

Disusun Oleh:

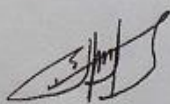
Nama : Pungki Mahera
Nim : 01021181722108
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 27 Juli 2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Inderalaya, 27 Juli 2021

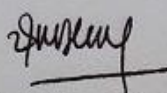
Ketua



Dr. Suhel, M.Si

NIP. 196610141992031003

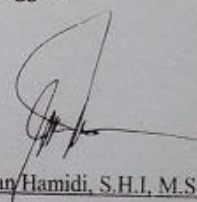
Anggota



Dr. Hj. Anna Yulianita, S.E., M.Si

NIP. 197007162008012015

Anggota

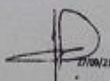


Ichsan/Hamidi, S.H.I., M.Si

NIP. 199105012019031019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si

NIP. 197304062010121001

ASLI

JUR. EK. PEMBANGUNAN 18-10-2021
FAKULTAS EKONOMI UNDRI

LEMBAR PERNYATAAN INTEGRITAS

SURAT KETERANGAN PENGECEKAN SIMILARITY

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Pungki Mahera
Nim : 01021181722108
Prodi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa benar hasil pengecekan similarity Skripsi/Tesis/Disertasi/Lap. Penelitian yang berjudul **Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal (Studi Pada: Kabupaten OKU Timur)** adalah 13 %. Dicek oleh operator *:

1. Dosen Pembimbing
- ② UPT Perpustakaan
3. Operatur Fakultas.....

Demikianlah surat keterangan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat saya pertanggung jawabkan.

Indralaya 03 September 2021

Menyetujui Dosen pembimbing,

Yang menyatakan,



Nama: Dr.Suhel, M.Si
NIP: 196610141992031003

Nama: Pungki Mahera
NIM: 01021181722108

*Lingkari salah satu jawaban tempat anda melakukan pengecekan Similarity.

RIWAYAT HIDUP



Nama Mahasiswa : Pungki Mahera
NIM : 01021181722108
Tempat, Tanggal Lahir : Trimoharjo, 26 Juli 1999
Alamat Rumah (Orang Tua) : Desa Purwodadi, RT.001,
RW.001. Kecamatan Belitang Mulya, Kabupaten OKU
Timur 32386
Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat Email/No.Hp : pungkihera285@gmail.com/082178554053

Pendidikan Formal:

SD : SDN 1 Petanggan
SMP : SMPN 2 Belitang Mulya
SMA : SMAN 1 Semendawai Suku III
S-1 : Universitas Sriwijaya

Pendidikan Non Formal

1. Pelatihan Soft Skill “ Keterampilan Penting Untuk Bisnis dan Karirmu”
2. Pelatihan Soft Skill “Potensi dan Pilihan Karir”
3. Softskill Training “Preparation to Build A millenial Career”
4. Pelatihan Soft Skill “ Cyberview Landscape for Digital Talent”

Pengalaman Organisasi : - Sekretaris Departemen Pengabdian Masyarakat
Ikatan Mahasiswa Belitang (IMB)
- Anggota Staff Khusus Badan Anggaran DPM
KM FE

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT berkat rahmat dan berkah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar semata-mata tidak hanya usaha penulis sendiri, melainkan bantuan tulus dari berbagai pihak. Untuk itu, pada lembaran ini penulis ini mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta tersayang, “Alm. Bapak Suratno dan Ibu Solatun. Kalian adalah support sistem saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Untuk bapak yang telah berpulang terimakasih telah menjadikan saya anak yang lebih kuat dan untuk Ibu terimakasih atas berkat cinta kasih sayang, didikan, doa serta dukungan baik secara moril maupun materi yang selalu diberikan dengan ikhlas. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan dalam umur Ibu, disehatkan jiwa dan raganya serta dimuliakan oleh Allah SWT di dunia maupun di akhirat nanti, Amin Allahuma Amin.
2. Prof. Dr. Ir. H. Annis Saggaf, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Dr. Mukhlis, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan dan Dr. Sukanto, S.E., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sriwijaya.

5. Dr. Suhel, M.Si dan Dr. Hj. Anna Yulianita, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi. Tiada kata yang bisa saya ucapkan selain kata terimakasih kepada Bapak dan Ibu atas bimbingan serta ilmu yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga keberkahan dan kesehatan selalu diberikan oleh Allah SWT kepada Bapak dan Ibu, Amin.
6. Ichsan Hamidi, S.H.I, M.Si selaku dosen penguji pada seminar proposal dan ujian komprehensif. Terimakasih atas saran dan masukan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Om Effendi dan Tante Tika beserta keluarga terimakasih telah menjadi salah satu bagian dari motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini, semoga kita selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang serta kesempatan sehingga kita dapat berkumpul dalam suka maupun duka.
8. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama saya mengikuti kegiatan perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Selalu Staff, Pegawai Dekanat dan Jurusan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Terimakasih telah membantu saya dalam mengurus administrasi dengan baik dan selalu memberikan arahan kepada saya.
10. Kakak perempuan di perantauan, Endang Novita Sari. Terimakasih telah menjadi sosok kakak yang begitu peduli dengan adiknya, seseorang yang selalu mau direpotkan , selalu bersedia menemani saya selama tiga tahun

lamanya dhidup diperantauan, dan membantu dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih atas semuanya, akhirnya aku bisa merasakan kasih sayang dari seorang kakak perempuan, semoga kita ikatan ukhuwah ini bisa terjalin sampai jannah-Nya. Amin

11. Sahabat seperjuanganku, Ricka Legitaria, Nathania Putri, Bella Chrismonalisa, Putri Rizki Amelia, dan Paidah. Terimakasih utnuk kebersamaan kita selama ini, senang sedih kita saling melengkapi dan saling mengingat satu sama lain. Terimakasih sahabat, semoga Allah mencurahkan kebahagiaan dan keberkahan selalu. Amin
12. Seluruh teman-teman Ikatan Mahasiswa Belitang (IMB), keluarga pertamaku di perantauan. Terimakasih atas kehangatan kekeluargaannya. Kalian sudah seperti rumh bagiku.

Indralaya, 15 Agustus 2021

Pungki Mahera

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal (Studi Pada: Kabupaten Oku Timur)”. Skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh keyakinan religius, kontrol perilaku, pengetahuan produk, alasan kesehatan, dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di Kabupaten OKU Timur.

Akhir kata, terimakasih atas bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini sehingga berbagai kendala dapat teratasi. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap semoga penelitian selanjutnya dapat melengkapi kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.

Indralaya, 31 Agustus 2021

Pungki Mahera

ABSTRAK

PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN HALAL (STUDI PADA: KABUPATEN OKU TIMUR)

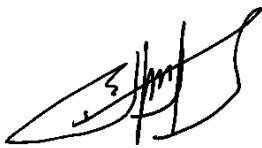
Oleh:

Pungki Mahera; Suhel; Anna Yulianita

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keyakinan religius, harga, pengetahuan produk, alasan kesehatan, selera, dan kontrol perilaku terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di Kabupaten OKU Timur. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari 100 responden di Kabupaten OKU Timur. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability* sampling dengan cara *sampling purposive*. Berdasarkan hasil analisis regresi logistik menggunakan program SPSS 25, menunjukkan bahwa secara simultan keyakinan religius, harga, pengetahuan produk, alasan kesehatan, selera, dan, kontrol perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan halal. Nilai *Nagelkerke R.Square* sebesar 0,794 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 79,4 persen sedangkan 20,6 persen dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Kata Kunci: *keputusan pembelian produk makanan halal, keyakinan religius, harga, pengetahuan produk, alasan kesehatan, selera dan kontrol perilaku.*

Ketua



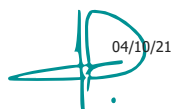
Dr. Suhel, S.E., M.si
NIP. 196610141992031003

Anggota



Dr. Anna Yulianita, S.E., M.Si
NIP. 197007162008012015

Mengetahui,
Kepala Jurusan Ekonomi Pembangunan



04/10/21

Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

ABSTRAC

CONSUMER BEHAVIOR ON THE PURCHASE DECISION OF HALAL FOOD PRODUCTS (STUDY ON: OKU TIMUR DISTRICT)

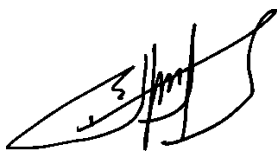
By:

Pungki Mahera; Suhel; Anna Yulianita

This study aims to analyze the effect of religious beliefs, prices, product knowledge, health reasons, tastes, and behavioral control on purchasing decisions of halal food products in East OKU Regency. The type of data used in this study is primary data obtained from 100 respondents in East OKU Regency. The sampling technique used *non-probability* sampling technique by means of *purposive sampling*. Based on the results of logistic regression analysis using the SPSS 25 program, it shows that simultaneously religious beliefs, prices, product knowledge, health reasons, tastes, and behavioral control have a significant influence on purchasing decisions for halal food products. The *Nagelkerke R. Square value* of 0.794 indicates that the ability of the independent variable to the dependent variable is 79.4 percent while 20.6 percent is explained by other factors outside the model.

Keywords: *purchasing decisions of halal food products, religious beliefs, prices, product knowledge, health reasons, taste and behavioral control.*

Chairman



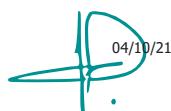
Dr. Suhel, SE, M.si
NIP. 196610141992031003

Member



Dr. Anna Yulianita, SE, M.Si
NIP. 197007162008012015

Acknowledged by,
Head of the Department of Development Economics



04/10/21

Dr. Mukhlis, SE, M.Si
NIP. 197304062010121001

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSII.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN INTEGRITAS	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Bagi Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Teori Permintaan.....	8
2.1.2 Teori Perilaku Konsumsi Islam	16
2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Teori	21
2.3 Penelitian Terdahulu	23

2.4 Kerangka Pemikiran.....	27
2.5 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	30
3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Kerangka Sampel	34
3.5 Teknik Analisis	36
3.5.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
3.5.1.1 Uji Reliabilitas.....	37
3.5.1.2 Uji Validitas	38
3.5.1.3 Analisis Distribusi Frekuensi	39
3.5.2 Uji Multikolinieritas	39
3.5.3 Uji Stasioner	40
3.5.3.1 <i>Overall Test</i>	40
3.5.3.2 <i>Parsial Test</i>	41
3.5.3.3 <i>Pseudo R-Square</i>	41
3.5.3.4 <i>Odds Ratio</i>	42
3.6 Definisi Operasional	42
3.6.1 Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal.....	43
3.6.2 Keyakinan Religius.....	43
3.6.3 Harga.....	43
3.6.4 Pengetahuan Produk	44
3.6.5 Alasan Kesehatan	44
3.6.6 Selera	45
3.6.7 Kontrol Perilaku	45
3.7 Desain Kuesioner	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Umum dan Perkembangan Produk Makanan.....	47
4.1.2 Aspek Sosial	48
4.1.2.1 Keadaan Penduduk	48
4.2 Analisis Deskriptif	49
4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	50
4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Agama	51
4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	52

4.2.5	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan	53
4.2.6	Distribusi Responden dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal	53
4.3	Analisis Data dan Pembahasan	54
4.3.1	Uji Validitas dan Realibilitas	54
4.3.1.1.	Uji Validitas	54
4.3.1.2.	Uji Realibilitas	56
4.3.2	Uji Multikolineritas	57
4.3.3	Hasil Estimasi	58
4.3.4	<i>Overall Test</i>	61
4.3.5	<i>Parsial Test</i>	62
4.3.6	<i>Pseudo R-Square</i>	65
4.3.7	<i>Odds Ratio</i>	65
4.4	Pembahasan	67
4.4.1	Pengaruh Keyakinan Religius Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal	67
4.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal	68
4.4.3	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal	69
4.4.4	Pengaruh Alasan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal	71
4.4.5	Pengaruh Selera Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal	72
4.4.6	Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		75
5.1	kesimpulan	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Pemeluk Agama Sumatera Selatan (Jiwa)	3
Tabel 1.2 Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya di Kabupaten Ogan Komerling Ulu Timur Tahun 2016-2019.....	4
Tabel 2.1 Kombinasi Konsumsi antara Makanan dan Minuman	18
Tabel 3.1 Skor Jawaban Kuesioner.....	33
Tabel 3.2 Komposisi Sampel Data 2 kecamatan di Kabupaten OKU Timur Tahun 2016.....	35
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Agama yang Dianut di Kabupaten OKU Timur Tahun 2018-2020	49
Tabel 4.2 Distribusi Umur Responden.....	50
Tabel 4.3 Distribusi Agama Responden	51
Tabel 4.4 Distribusi jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.5 Distribusi Status Pekerjaan Responden	52
Tabel 4.6 Distribusi Pendapatan Responden	53
Tabel 4.7 Distribusi Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolineritas	57
Tabel 4.11 <i>Variavles in the Equantion</i>	58
Tabel 4.12 <i>Omnimbus Tests of Model Coefficient</i>	62
Tabel 4.13 Nilai <i>P-Value</i> Item Sig	63
Tabel 4.14 <i>Model Summary</i>	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pergeseran Kurva Permintaan	13
Gambar 2.2 Kurva Permintaan Islami Tahsiniyat dan Halal Darurat.....	14
Gambar 2.3 Kurva Permintaan Islami Halal Hedonis dan Ibadah	14
Gambar 2.4 Kurva Permintaan Islami Haram Tidak Darurat dan Haram Darurat	15
Gambar 2.5 kurva Indeferen.....	18
Gambar 2.6 Peningkatan Indeferece Curve Untuk Barang Halal X dan Halal Y	19
Gambar 2.7 Peningkatan Indeferece Curve Untuk Barang Haram X dan Haram Y	20
Gambar 2.8 Kurva Budget Line	21
Gambar 2.9 Model Perilaku Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2.10 Kerangka Pemikiran	27

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Riset dan Kuesioner Penelitian	81
Lampiran 2. Data Uji Regresi Logistik	86
Lampiran 3. Method of Successive Internal (MSI)	89
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	104
Lampiran 5. Hasil Uji Multikolinieritas	110
Lampiran 6. Hasil Uji Regresi Logistik	111
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian	113

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia saat ini telah berkembang pesat seiring dengan terjadinya perlombaan industri dalam rangka menjalankan Revolusi Industri 4.0 untuk mencapai masyarakat 5.0, yang mengakibatkan munculnya peluang industri besar karena variasi permintaan produksi dan pola hidup konsumerisme masyarakat. Indonesia melakukan pembangunan industri dalam berbagai sektor bidang salah satunya pada industri halal (Tarikan, 2019).

Secara demografi, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki mayoritas penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Berdasarkan sensus penduduk pada tahun 2018, sebanyak 86,07 persen dari 267,670,543 jiwa penduduk adalah pemeluk Islam. Data ini mengindikasikan bahwa memeluk agama Islam memberikan pengaruh terhadap kultur yang berkembang di masyarakat, termasuk di dalamnya adalah pola konsumsi masyarakat terhadap produk makanan halal. Data tersebut juga menunjukkan besarnya konsumen dalam produk makanan halal khususnya di Indonesia.

Menurut data *State of The Global Islamic Economy Report (2018)*, Indonesia menduduki urutan pertama negara dengan tingkat konsumsi makanan halal sebesar US\$ 170 miliar. Jumlah yang fantastis ini memperkuat potensi pasar kuliner halal di tanah air sebagai gaya hidup yang telah diterima oleh masyarakat luas. Data tersebut menunjukkan potensi pasar halal di Indonesia cukup besar. Hal

ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia bukan hanya menjadi pasar makanan halal, tetapi juga sebagai produsen makanan halal. Namun, peluang sebagai produsen belum dimanfaatkan secara maksimal.

Menurut hukum positif Pasal 1 ayat (2) UU No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal menyatakan “Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariah Islam merupakan produk halal”. Sedangkan, pada Pasal 3 ayat (1) dan (2) UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menyatakan “Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal bertujuan untuk memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk halal serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal”.

Persoalan mengenai halal dan haram suatu produk menjadi persoalan yang serius bagi masyarakat. Kasus ketidakhalalan produk dapat menimbulkan reaksi keras dan sensitif. Hal ini menjadi tolak ukur dimana masyarakat telah banyak memiliki kesadaran terhadap pemilihan produk makanan halal. Bagi konsumen muslim di Indonesia, mengonsumsi produk makanan halal merupakan sebuah kewajiban, sedangkan bagi konsumen non muslim halal mewakili simbol kebersihan, kualitas, kemurnian, serta keamanan produk (Endah,2014: 12).

Secara demografi agama yang dianut oleh masyarakat di Provinsi Sumatera Selatan terdiri dari Islam dengan presentase sebesar 90,18 persen, Kristen dengan presentase

sebesar 3,12 persen yang terdiri dari Kristen Protestan 1,99 persen dan Kristen Katolik 1,13 persen, selanjutnya Budha dengan persentase 1,81 persen dan Hindu 0,98 persen.

Tabel. 1.1 Data Jumlah Pemeluk Agama Sumatera Selatan (Jiwa)

No	Kabupaten/ Kota	Islam	Kristen	Katholik	Kong hucu	Budha	Total
1	OganKomerin g Ulu	295.636	3.832	10.253	0	882	310.603
2	Ogan Komerin Ilir	706.052	8.456	4.362	0	381	719.251
3	Muara Enim	562.202	6.491	1.845	0	687	571.225
4	Lahat	365.947	4.185	3.687	0	0	373.819
5	Musi Rawas	446.215	27.885	5.157	0	273	479.530
6	Musi Banyuasin	597.414	3.002	734	6	113	601.269
7	Banyuasin	740.628	19.293	4.259	56	2.363	766.599
8	OKU Selatan	419.821	877	579	0	80	421.357
9	OKU Timur	627.112	30.786	25.478	0	17.659	701.035
10	Ogan Ilir	408.024	1.803	352	0	319	410.498
11	Empat Lawang	281.069	687	305	0	0	282.061
12	Palembang	1.585.176	51.811	26.853	0	62.698	1.726.538
13	Prabumulih	132.716	3.436	742	6	1.533	138.433
14	Pagar Alam	147.432	780	3.142	0	166	151.520
15	Lubuk Linggau	217.975	5.172	4.234	0	10.812	238.193
16	Pali	176.569	3.002	145	0	56	179.772
17	MusiRawasUt ara	197.674	832	121	0	0	198.627

TOTAL	7.907.662	172.330	92.248	68	98.022	8.270.330
--------------	-----------	---------	--------	----	--------	-----------

Sumber: Kementerian Keagamaan Sumatera Selatan, (2019)

Berdasarkan data Kementerian Keagamaan Sumatera Selatan, (2019) diketahui jumlah penduduk Kabupaten OKU Timur yang beragama Islam mencapai 627.112 orang. Hal ini menunjukkan bahwa potensial perkembangan industri makanan halal yang cukup pesat.

Tabel. 1.2 Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Tahun 2016–2019

Jenis Sarana Perdagangan <i>Type of Trading Facilities</i>	2016	2017	2018	2019
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Pasar/ <i>market</i>	70	70	70	70
Toko/ <i>store</i>	440	647	775	876
Kios	951	1.031	1.237	1.443
Warung	625	901	1.126	1.352
Jumlah	2.086	2.676	3.209	3.741

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten OKU Timur (2016).

Hal tersebut menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam usaha warung makanan halal serta menjelaskan bahwa intensitas persaingan antar warung yang semakin kuat. Kecenderungan masyarakat Kabupaten OKU Timur dalam memilih produk makanan

halal mengakibatkan pihak penjual memanfaatkan dengan sebaik-baiknya dengan menyediakan pelayanan jasa yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen.

Keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan meneruskan atau tidak meneruskan pembelian yang sebelumnya dilalui oleh tahapan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Tahap pengenalan masalah di dalam proses keputusan pembelian, konsumen akan mengenali kebutuhan mereka. Konsumen yang sadar akan pentingnya membeli produk makanan halal dan layak untuk dikonsumsi, mereka menjadi lebih sensitif dalam pemilihan dan pembelian sebuah produk yang akan dikonsumsi.

Kesadaran konsumen tersebut menuntut para penjual sebagai produsen yang menghasilkan produk agar selalu memperhatikan bahan baku, bahan tambahan, proses produksi dan penyajian, serta mempertimbangkan aspek kehalalan. Stitou & Rezgui (2012) melakukan studi mengenai perilaku konsumen dalam pertemuan komunitas muslim di Perancis dengan jumlah responden sebesar 223 responden yang menjadi peserta dalam pertemuan tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat 56 persen responden yang menyatakan mereka tidak membeli suatu produk apabila mereka ragu terhadap kehalalan produk tersebut, dan 87 persen responden menunjukkan kesediaan para responden untuk membayar lebih bagi produk yang kehalalannya terjamin. Studi ini mengindikasikan bahwa ada evolusi dalam komitmen konsumen muslim terhadap kehalalan sebuah produk. Dengan kata lain, kesadaran konsumen akan produk halal sangat penting untuk mengatasi penipuan

dalam kasus produk halal serta memastikan supaya kehalalan sebuah produk sangat terjamin kualitasnya.

Tingkat keyakinan religius juga mempengaruhi kepedulian konsumen terhadap produk makanan halal yang akan dikonsumsi. Seperti halnya yang ditunjukkan oleh penelitian Pramintasari & Fatmawati (2017) menunjukkan hasil penelitian bahwa keyakinan religius memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran halal, peran sertifikasi halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran halal. Lain dengan pencantuman label halal menjadi standar dan barometer dunia yang menentukan kualitas dari produk. Keputusan pembeli juga ditentukan oleh harga dari produk makanan halal.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian mengenai “Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal di Kabupaten OKU Timur”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka perumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh keyakinan religius, harga, pengetahuan produk, alasan kesehatan, selera dan kontrol perilaku terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di Kabupaten OKU Timur ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk menganalisis pengaruh keyakinan religius, harga, pengetahuan produk, alasan kesehatan, selera dan kontrol perilaku terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di Kabupaten OKU Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta menambah bahan kajian bagi penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi terhadap pengembangan pengetahuan ekonomi Islam terkait perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk makanan halal.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bisa digunakan sebagai sumber informasi dan referensi mengenai faktor determinan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di Kabupaten OKU Timur.
2. Diharapkan hasil penelitian ini menjadi acuan bagi masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian sebuah produk makanan halal.

3. Untuk pihak produsen yang mana sebagai pihak yang saling berhubungan dengan konsumen, produk halal sebagai upaya untuk peningkatan mutu sebuah produk agar mengetahui pentingnya memperoleh sertifikasi halal untuk produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS], Badan Pusat Statistik (2018). *Jumlah Penduduk Menurut Agama yang Dianut di Kabupaten OKU Timur Tahun 2018-2020*. Badan Pusat Statistik OKU Timur.
- [UU] Undang-undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Arni, A. S., Amaliah, I., & Riani, W. (2016). *Preferensi Masyarakat Terhadap Makanan Kemasan Berlabel Halal dan Tidak Berlabel Halal Studi Kasus: Masyarakat Kota Bandung*. 1, 17–23.
- Azwar. (2016). *Reliabilitas dan Validitas* (Edisi Keenam). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten OKU Timur (2016). *Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Tahun 2016–2019*.
- Endah, N. H. (2014). Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 22, 11–25.
- Fitria Vega Sylvania Mujiono, A. W. P. (2018). *Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan Dan Harga Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor*.
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/164882>
- Ghazali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong*, R.C.Jakarta: (Edisi 5). Salemba Empat.
- Karim, A. A. (2016). *Ekonomi Mikro Islami* (p. 96). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kemenag. (2019). *Data Jumlah Pemeluk Agama Sumatera Selatan (Jiwa)*. Palembang: Kementerian Keagamaan Sumatera Selatan.
- Khoerunnisa, T., Sunaryo, & Puspaningrum, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal, Pemaparan, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian Makanan Halal pada Penduduk Kota Malang. *Ekonomi Bisnis*, 21(1), 36–45.

- Muhyiddin, N. T., Tarmizi, M. I., & Yulianita, A. (2018). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, konsep, dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nawawi, M. T. (2008). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Makanan Dan Minuman Halal di Jakarta. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis, Vol.2, No.*, 72–80.
- Nurhasanah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi, 8*, 251–260.
- Nurhaya, S. (2012). *Metode Penelitian Praktis*. Pekalongan: Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal. *8*(1), 1–33.
- Pratama, Y. (2019). Analisa Penentu Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Online (Pada Masyarakat Jabodetabek). *03*(1), 26–35.
- Pujjiono, A. (2006). Teori Konsumsi Islami. *Dinamika Pembangunan, 3*(2), 196–207.
- Rochmanto, B. Al, & Widiyanto, I. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengonsumsi Produk Makanan Dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang)*. *4*, 1–12.
- Rozalinda. (2016). *Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Edisi 1). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Singarimbun, M dan Effendi, S. (2016). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soesilowati, E. S., & Yuliana, I. (2010). Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim A Comparison of Consumers's Behaviour in Muslim Majority. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 21*, 167–178.
- State of Global Islamic Economy Report. (2018). *Top Muslim Food Expenditure*.
- Stitou, N., & Rezgui, H. (2012). The Muslim Consumer as The Key Player in Halal. *Asidcom2012, march*.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke 26. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukarno Wibowo. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pusaka Setia.
- Tarikan, C. V. (2019). Tantangan dan Peluang Indonesia Sebagai Industri Halal Terbesar di Dunia <https://www.google.com/amp/s/www.kompas>. Di akses 15 Februari 2021 pukul 10.00 WIB.
- Wigati, S. (2011). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 01(01), 22–39.