

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Produksi, konsumsi, dan distribusi merupakan tiga aspek yang tidak akan pernah lepas dari kegiatan-kegiatan ekonomi yang sering dilakukan oleh manusia. Dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya manusia akan melakukan kegiatan ekonomi. Kegiatan yang sering dilakukan oleh manusia adalah konsumsi. Menurut ekonomi Islam, konsumsi merupakan sarana kewajiban suatu kegiatan dalam merealisasikan tujuan Allah dalam menciptakan umat manusia, agar menghindari kerusakan yang ada di muka bumi.¹ Sebagaimana yang telah disebutkan dalam firman-Nya:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: “Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menghamba kepadaku” (QS. Adz Dzariyat:56).²

Ayat di atas menjelaskan bahwa manusia diciptakan oleh Allah SWT hanya untuk mengabdikan atau beribadah, sehingga dapat dikatakan kebutuhan pokok manusia yang ada di muka bumi ini adalah beribadah, sebagai bentuk keyakinan yang manusia miliki kepada sang pencipta-Nya. Konsumsi dalam Islam diharapkan dapat menghindarkan dari kerusakan pada diri manusia dan mampu menjalankan kewajiban yang telah dibebankan oleh Allah SWT.³

¹ Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Persepektif Hadis Islam)* (Jakarta: Kencana, 2016), 108.

² Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Al-Huda, 2015), 524.

³ Bagus Baidhawi, “Implementasi Konsumsi Islami Pada Pengajar Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pengajar Pondok Pesantren Aqobah Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang).” *JESTT, Vol. 1*, 9 (September, 2014) , 611. Eprints.stainkudus.ac.id (diakses pada tanggal 21 Februari 2021, pada jam 13:00 Wib).

Konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi kebutuhan manusia seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan pribadi.⁴ Pada dasarnya kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh manusia untuk mensejahterakan dan mempertahankan hidupnya, sehingga apabila kebutuhan manusia pada sesuatu barang atau jasa bertambah maka, kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh manusia semakin bertambah. Secara umum konsumsi dapat juga diartikan suatu tindakan untuk mengurangi atau menghabiskan guna ekonomi suatu benda, seperti memakan makanan, memakai baju, mengendarai sepeda motor, menempati rumah, dan lain-lain.⁵ Dapat disimpulkan bahwa kegiatan konsumsi merupakan kegiatan bagaimana kita menggunakan ataupun memanfaatkan barang atau jasa dengan kebutuhan yang sesuai pada ajaran agama didalam agama islam kita dilarang *ishraf* atau berlebihan.

Keputusan pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap objek setiap orang berbeda.⁶ Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang konsumen butuhkan dan inginkan juga berbeda. Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan-alasan tertentu dalam memilih sebuah produk, misalnya merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang ditawarkan produk tersebut. Ada pula konsumen yang membeli barang berdasarkan kebutuhan akan suatu produk. Khususnya umat muslim dalam membuat keputusan untuk membeli

⁴ Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar* (Jakarta: Kencana, 2012), 137.

⁵ Dede Nurohman, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Teras, 2011), 95.

⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Prespektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2003), 342.

harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu barang yang dibeli tidak haram secara zatnya dan cara mendapatkan tidak dengan cara yang haram.

Mie samyang merupakan mie Korea yang memiliki rasa sangat pedas mengapa dikatakan mie korea, karena Samyang Corporation adalah perusahaan makanan yang berasal dari Korea Selatan, yang berdiri pada 15 September 1961. Samyang Corporation adalah perusahaan makanan pertama yang memproduksi mie instan. Samyang ini mulai dikenal di kalangan masyarakat Indonesia sejak tahun 2015 dengan produknya yaitu mie Samyang. Karena memiliki keunikan tersendiri dari rasa yang dimiliki mie samyang tersebut sehingga membuat konsumen terpicat sehingga banyak sekali peminat mie samyang tersebut.⁷

Miesamyang populer karena banyaknya video mukbang yang dilakukan para youtuber atau vlogger sehingga membuat banyak konsumen penasaran dengan mie samyang.⁸ mukbang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata mukbang adalah kata dalam bahasa korea yaitu *Meokbang* yang merupakan gabungan kata dari bahasa korea yaitu *Meogda* yang berarti makan dan *Bangsong* yang berarti siaran. Mukbang secara harfiah dapat diartikan sebagai siaran makan atau dalam bahasa inggris yaitu *eating broadcasting*.⁹

Mie instan samyang yang diimpor oleh PT. Korinus sudah mendapatkan sertifikat halal dari Korea Muslim Federasi dan izin edar dari BPOM, tetapi masih terdapat mie samyang yang tidak ada label halalnya seperti empat jenis mie instan

⁷Ayu Indra Dewi, Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Produk Mie Samyang Hot Spicy Chicken Di Kota Denpasar). *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 4, 2018: 1771-1801. (April, 2018), 1772-1773.

⁸ Agista Rully, "Perdebatan Samyang Halal Atau Tidak, Mana Yang Benar?," Kapanlagi, diakses dari <http://bit.ly/2O8WHof>, pada tanggal 23 September 2021 pukul 23.12 WIB

⁹ Ani Margawati, Hubungan menonton video mukbang autonomous sensory meridian response, keinginan makan dan uang saku dengan asupan makan dan status gizi mahasiswa. *Jurnal Gizi Indonesia (The Indonesian Journal of Nutrition)* Vol. 8, No. 2, (Juni, 2020), 103.

dari PT Koin Bumi yang mengandung babi dan telah ditarik dari pasaran. Produk-produk tersebut yaitu Samyang dengan nama produk U-Dong, Nongshim dengan nama produk Shin Ramyun Black, Samyang dengan nama produk Mi Instan Rasa Kimchi, dan Ottogi dengan nama produk Yeul Ramen.¹⁰

Di dalam kehidupan masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim konsep kehalalan tersebut sudah diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat karena kehalalan merupakan indikator awal bagi konsumen muslim untuk mengkonsumsi suatu produk. Halal diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut syariat islam. Allah telah menegaskan dalam Al qur'an, sebagaimana firmanNya:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۖ وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: "Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya." (QS. An-Nahl ayat: 114)¹¹

Dari ayat diatas Allah hanya memerintahkan umat manusia untuk mengonsumsi makanan halal saja. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat Islam. Konsumen muslim cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal daripada produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang.¹²

¹⁰ Sherly Puspita, "Cara Bedakan Mi Samyang Mengandung DNA Babi Dan Samyang Halal," Kompas.com, diakses dari <https://megapolitan.kompas.com/read/cara.bedakan.mi.samyang.mengandung.dna.babi.dan.samyang.halal>., pada tanggal 28 September 2021 pukul 14.53 WIB

¹¹Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Al-Huda, 2015), 281.

¹²Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 209.

Di Indonesia, MUI (Majelis Ulama Indonesia) adalah lembaga yang kompeten untuk menjamin kehalalan suatu produk. Dalam kerjanya MUI di bantu oleh lembaga LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini dibentuk untuk membantu majelis ulama Indonesia dalam menentukan kebijaksanaan, merumuskan ketentuan-ketentuan, rekomendasi dan bimbingan yang menyangkut pangan, obat-obatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Islam. Dengan kata lain LPPOM-MUI didirikan untuk memberikan rasa tenang pada umat tentang produk yang dikonsumsinya.¹³Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang memberikan sertifikat halal pada perusahaan yang mencantumkan label halal. Label halal di Indonesia di peroleh melalui uji sertifikasi produk yang dilakukan oleh LPPOM-MUI, bukan sembarang produk yang bisa menempelkan label halal yang dikeluarkan oleh lembaga pembantu dari MUI tersebut hanya produk-produk yang sudah tersertifikasi halal saja yang dapat mencantumkan label halal pada produk yang dikeluarkan setiap perusahaan.

Menghadapi banyaknya isu tentang produk-produk dipasaran yang diragukan kehalalannya, konsumen harus lebih berhati-hati sebelum membuat keputusan pembelian.Keputusan pembelian merupakan kesimpulan terbaik dari seseorang individu konsumen untuk melakukan pembelian.Dalam membuat suatu keputusan pembelian produk halal, konsumen memiliki patokan paling aman yaitu tersedianya sertifikat halal yang dikeluarkan MUI dalam bentuk adanya label halal pada kemasan produk pangan. Kehalalan dan harga sangat berdampak terhadap

¹³ Wiku Adisasmito. "Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan".*Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia*. (Februari, 2008), 10.

keputusan pembelian. karena kehalalan dan harga tersebut sangat penting untuk menentukan sebuah keputusan membeli bagi konsumen muslim.¹⁴

Selain label halal, persoalan konsumen dalam memilih produk adalah harga. Harga juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh nyata dan kuat dalam menentukan keputusan pembelian pada produk. Harga secara umum juga dapat diartikan sebagai perkara yang tidak tentu dengan ditentukan.¹⁵ Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk, serta keputusan konsumen untuk membeli.

Mahasiswa ekonomi syariah IAIN Madura merupakan konsumen mie instan yang mengkonsumsi produk mie samyang. Berikut tabel hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti kepada 41 mahasiswa IAIN Madura Prodi Ekonomi Syariah tentang preferensi terhadap beberapa produk mie instan yang memiliki rasa pedas:

Tabel 1.1
Preferensi Mahasiswi IAIN Madura Prodi Ekonomi Syariah terhadap beberapa produk mie instan yang memiliki rasa pedas

Nama produk	Frekuensi	Persentase (%)
Mie Samyang	20	48,8%
Mie sedap hot chicken spicy	7	17,1%
Mie Indomie Ayam Geprek	12	29,3%
Lainnya	2	4,9%
Jumlah	41	100%

Sumber: Mahasiswa IAIN Madura Prodi Ekonomi Syariah.

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa produk mie instan yang memiliki rasa pedas paling banyak diminati adalah produk mie samyang yaitu sebesar 48,8% dengan frekuensi 20 mahasiswa. Mereka menyatakan bahwa alasan

¹⁴ Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 341.

¹⁵ Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 86.

mereka menyukai produk mie samyang diantaranya adalah kepercayaan mereka terhadap label halal yang terdapat pada produk mie samyang serta rasa pedas yang dimiliki mie samyang.¹⁶Maka dari itu, menarik untuk diketahui apakah hargadan label halal menjadi pertimbangan mahasiswa IAIN Madura Prodi Ekonomi Syariah dalam membeli produk Mie samyang. Atas latar belakang tersebut penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Samyang Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Madura)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Madura?
2. Apakah terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Madura?
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Madura?

¹⁶Hasil observasi sementara terhadap mahasiswa IAIN Madura Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018-2020 yang dilakukan pada tanggal 25-27 September 2021

C. Tujuan Penelitian

Dengan adanya rumusan masalah yang telah disebutkan maka tujuan penelitian ini tidak lain adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Madura.
2. Untuk mengetahui apakah label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Madura.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Madura.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Madura di harapkan memiliki kegunaan bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura

Hasil dari penelitian ini akan menjadi tambahan koleksi di perpustakaan IAIN Madura. Hasil dari penelitian ini akan menjadi salah satu tambahan sumber kajian mahasiswa khususnya untuk mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, baik untuk bahan materi perkuliahan maupun sebagai bahan tambahan penyusunan tugas akhir.

2. Bagi Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian pada produk mi semyang dalam prespektif ekonomi Islam. Sehingga dapat menjadi bahan tambahan pengenalan bagi mahasiswa bahwa harga dan label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk mi semyang.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan mengenai pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian dalam prespektif ekonomi Islam pada produk mi semyang mahasiswa Ekonomi Islam yang ada di IAIN Madura.

4. Bagi Peneliti

Dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan tambahan pengalaman bagi peneliti dan memberikan tambahan ilmu mengenai pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian dalam prespektif ekonomi Islam pada produk mi semyang mahasiswa Ekonomi Syariah yang ada di IAIN Madura.

5. Bagi Perusahaan

Dengan dilakukannya penelitian ini dapat meningkatkan pembelian pada produk mie semyang yang sempat turun penjualannya karena kehalalan dari produk mie semyang sempat diragukan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan lebih fokus dan terarah, maka perlu diadakan batasan-batasan mengenai materi yang akan diteliti terhadap mahasiswa Ekonomi Syariah di IAIN Madura sesuai dengan variabel yang diangkat dalam penelitian. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel dimana variabel *independent* terdiri dari dua variabel yaitu harga (X1) dan label halal (X2) dan variabel *dependent* keputusan pembelian (Y).

Adapun ruang lingkup materi ini adalah:

1. Variabel *Independent*, Harga (X1)

Indikator pengukuran variabel harga (X1), yaitu:¹⁷

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

2. Variabel *Independent*, Label Halal (X2)

Indikator pengukuran variabel label halal (X2), yaitu:¹⁸

- a. Gambar; Merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dsb.) dibuat dengan coretan alat tulis.
- b. Tulisan; Merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- c. Kombinasi Gambar dan Tulisan; Merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.

¹⁷ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 275.

¹⁸ Tengku Putri, Khairul Fazrin, dan Muhammad Rizal, Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa, *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, VOL.6, NO.2, (NOV 2017), 732-733.

- d. Menempel pada Kemasan; Dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat, (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).

3. Variabel *Dependent*, Keputusan Pembelian (Y)

Indikator pengukuran variabel keputusan pembelian (Y), yaitu:¹⁹

- a. Kemantapan pada sebuah produk; merupakan keputusan yang dilakukan konsumen, setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan.
- b. Kebiasaan dalam membeli produk; merupakan pengalaman orang terdekat (orang tua, saudara) dalam menggunakan suatu produk.
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain; merupakan penyampaian informasi yang positif kepada orang lain, agar tertarik untuk melakukan pembelian.
- d. Melakukan pembelian ulang; merupakan pembelian yang berkesinambungan, setelah konsumen merasakan kenyamanan atas produk atau jasa yang diterima.

F. Asumsi penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah: (1) Sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian; (2) Untuk

¹⁹ Kotler Philip dan Armstrong, *Marketing an Introduction*, (Indonesia: Perason, 2011), 180.

mempertegas variabel yang diteliti; (3) Untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.²⁰

Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian, agar seorang peneliti memiliki pijakan yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Asumsi peneliti yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Keputusan pembelian pada produk mie samyang dipengaruhi oleh harga dan label halal.
2. Adanya harga dan label halal mampu mempengaruhi keputusan pembelian pada produk mie samyang.

G. Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang mengandung pernyataan-pernyataan ilmiah, tetapi masih memerlukan pengujian. Karena itu, hipotesis dibuat berdasarkan hasil penelitian masa lalu atau berdasarkan data-data yang telah ada sebelum penelitian dilakukan secara lebih lanjut yang tujuannya untuk menguji kembali hipotesis tersebut.²¹ Berikut hipotesis dari penelitian pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian pada produk mie Samyang;

Ha₁: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN MADURA.

H₀: Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN MADURA.

²⁰ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi* (Pamekasan: STAIN Press, 2020), 10.

²¹ Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 187-188.

H_{a_2} : Terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN MADURA.

H_{0_2} : Tidak terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN MADURA.

H_{a_3} : Terdapat pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN MADURA.

H_{0_3} : Tidak terdapat pengaruh harga dan label halal terhadap keputusan pembelian mi samyang dalam prespektif ekonomi Islam pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN MADURA.

H. Definisi istilah

Adapun definisi istilah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga

Harga adalah sejumlah uang atau alat tukar yang sah digunakan untuk membayar manfaat dari suatu barang atau jasa. Harga juga dapat diartikan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa

2. Label halal

Labelhalal adalah suatu tanda kehalalan produk. Di indonesia pihak yang diberikan wewenang untuk mengeluarkan sertifikat label halal ialah MUI (Majelis Ulama' Indonesia).

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahapan-tahapan dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian pada suatu produk.

4. Mie samyang

Mie samyang merupakan mie instan yang diproduksi dari negara Korea Selatan yang terkenal dengan rasa pedas, Mie samyang ini memiliki dua rasa yaitu *Hot Spicy Chicken* dan *Chesse*.

I. Kajian penelitian terdahulu

Tujuan dengan adanya penelitian terdahulu adalah agar peneliti mendapatkan pandangan dari tema yang telah diangkat, pandangan yang dapat diambil dari kajian terdahulu bisa dari kajian empirisnya ataupun dalam kajian teoritisnya.

Dwi Sinta Anggraini (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi)”, metode penelitian yang digunakan mengacu pada pendekatan kuantitatif, Ruang lingkup penelitian ini menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Dimana variabel terikatnya adalah keputusan pembelian pada produk makanan impor dalam kemasan, dan variabel yang dianggap memberikan pengaruh terhadap variabel terikat yaitu; Labelisasi Halal dan Harga. Hasil penelitian ini secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian makanan impor dalam kemasan.²²

²²Dwi Sinta Anggraini, Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi), (Skripsi, UIN STS Jambi, Jambi, 2020)

Eka Dewi Setia Tarigan (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan”, Hasil penelitian ini Menunjukkan bahwa gaya hidup, label halal dan harga itu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah yang dilakukan oleh mahasiswa Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan tersebut.²³

Tengku Putri Lindung Bulan (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa”, hasil dari penelitian ini dari hasil persamaan regresi linear berganda diketahui bahwa label halal dan bonus dalam kemasan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Kinder Joy pada masyarakat Kota Langsa.²⁴

Tabel 1.2
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
01	Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi)	sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif serta teknik pengumpulan datanya sama-sama menggunakan Angket/	Penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan <i>Quota Sampling</i> , serta dalam instrumen penelitian juga menggunakan wawancara sedangkan penelitian yang

²³Eka Dewi Setia Tarigan, Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan, *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen. Vol.3 No. 1, November 2016.*

²⁴Tengku Putri Lindung Bulan, Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa, *Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol.6 No. 2, November 2017.*

		<i>Kuesioner.</i>	dilakukan oleh peneliti hanya angket/ <i>Kuesioner</i>
02	Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan	sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan uji statistik yang digunakan sama-sama analisis regresi linear berganda.	Penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan <i>Probability Sampling</i> . Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan <i>Simple Random Sampling</i> .
03	Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa	teknik pengumpulan datanya sama-sama menggunakan angket/ <i>Kuesioner</i> , uji statistik yang digunakan sama-sama analisis regresi linear berganda.	Penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan <i>Non Probability Sampling</i> . Serta perbedaan variabel bonus dalam kemasan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti variabel harga