

**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT KONSUMEN
MEMBELI PRODUK MIXUE ICE CREAM DI KOTA MAKASSAR**



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MU'AMALAH)

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

1446 H/2025 M

**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT
KONSUMEN MEMBELI PRODUK MIXUE ICE CREAM DI KOTA
MAKASSAR**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Hukum (S.H)

Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MU'AMALAH)

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

1446 H/2025



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara (i), Siti Nabila, NIM. 105251108821 yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Cream Kota Makassar.”** telah diujikan pada hari; Jum’at, 01 Syakban 1446 H./ 31 Januari 2025 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

01 Syakban 1446 H.

Makassar, -----

31 Januari 2025 M.

Dewan Penguji :

Ketua : Dr. Hasanuddin, S.E.Sy., M.E. (.....)

Sekretaris : Mega Mustika, S.E.Sy., M.H. (.....)

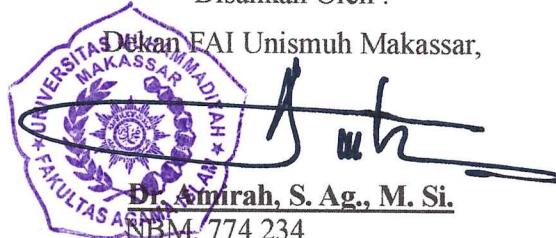
Anggota : Siti Walida Mustamin, S. Pd., M. Si. (.....)

Abdul Malik, S.H., M.H. (.....)

Pembimbing I : Hurriah Ali Hasan, S.T., M.E., Ph.D. (.....)

Pembimbing II: Saidin Mansyur, S.S., M. Hum. (.....)

Disahkan Oleh :





بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Jum'at, 01 Syakban 1446 H/ 31 Januari 2025 M. Tempat: Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bawa Saudara (i)

Nama : Siti Nabila

NIM : 105251108821

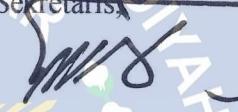
Judul Skripsi : Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Cream Kota Makassar

Dinyatakan : LULUS

Ketua,


Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NIDN. 0906077301

Sekretaris

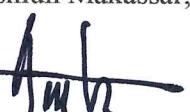

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A.
NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Dr. Hasanuddin, S.E.Sy., M.E. (.....)
2. Mega Mustika, S.E.Sy., M.H. (.....)
3. Siti Walida Mustamin, S. Pd., M. Si. (.....)
4. Abdul Malik, S.H., M.H. (.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,


Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NBM. 774 234





FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17 Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

جَمِيعَ الْحَمْدَ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : "PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT KONSUMEN MEMBELI PRODUK MIXUE ICE CREAM DI KOTA MAKASSAR"

Nama : Siti Nabilah

NIM : 105251108821

Fakultas/Prodi: Agama Islam / Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)

Setelah memeriksa dengan teliti dan seksama, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan di depan tim pengujian dalam ujian proposal pada prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Nabila

NIM : 105251108821

Fakultas/Jurusan : Agama Islam / Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut :

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai menyusun skripsi ini, saya menyusun dengan sendiri
2. Saya tidak melakukan penjilbakan (plagiat) dalam menyusun skripsi
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1,2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 1 Syaban 1446 H
31 Januari 2025 M

Yang Membuat Pernyataan,

Siti Nabila

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

“Dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap”



ABSTRAK

Siti Nabila 105251108821. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Membeli Produk Mixue Ice Cream Di Kota Makassar. Dibimbing oleh Hurriah Ali Hasan dan Saidin Mansyur.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang dilakukan di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Cream Di Kota Makassar. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variable yaitu variable X (Labelisasi Halal) dan variable Y (Minat Konsumen).

Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner atau angket. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut kemudian diolah melalui aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)

Dari hasil uji yang dilakukan diketahui, nilai sig, untuk pengaruh Labelisasi halal (X) terhadap variabel minat konsumen membeli (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,5$ dan nilai t hitung $9,476 > t$ tabel 1,976. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh variabel labelisasi halal terhadap minat konsumen membeli.

Kata Kunci : Labelisasi Halal, Minat Konsumen Membeli

ABSTRACT

Siti Nabila 105251108821. The Influence of Halal Labeling on Interest in Buying Mixue Ice Cream Products in Makassar City. Supervised by Hurriah Ali Hasan and Saidin Mansyur.

This type of research is quantitative research conducted in Makassar City. This research aims to determine the influence of Halal Labeling on Consumer Interest in Buying Mixue Ice Cream Products in Makassar City. This research consists of two variables, namely variable X (Halal Labeling) and variable Y (Consumer Interest).

The total sample in this study was 150 people. Data collection is carried out by distributing questionnaires or questionnaires. Next, the data obtained is then processed through the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) application.

From the results of the tests carried out, it is known that the sig value for the influence of halal labeling (X) on the purchase interest variable (Y) is $0.000 < 0.5$ and the calculated t value is $9.476 > t_{\text{table}} 1.976$. So it can be concluded that H1 is accepted, which means there is an influence of the halal labeling variable on buying interest.

Keywords: Halal Labeling, Consumer Purchase Interest

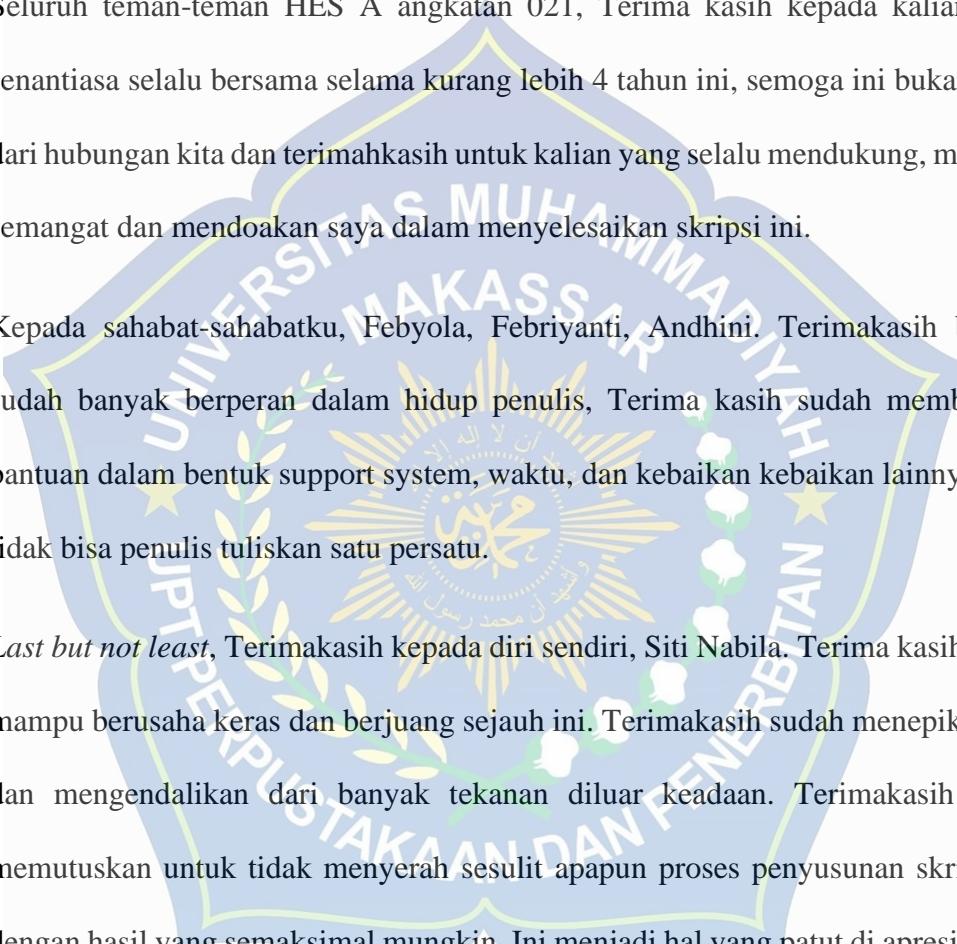
KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur ke hadirat Allah swt. karena atas petunjuk dan pertolongan-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Cream Di Kota Makassar”, untuk diajukan guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana (S1) Universitas Muhammadiyah Makassar.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw, kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak. Teristimewa kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Arfan Adam dan Ibu Satriati Limpo yang telah melahirkan, membesarkan dan membimbing penulis, dengan segala macam pengorbanan, baik moral maupun materil tanpa mengenal lelah demi penulis dalam mengarungi kehidupan ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, M.T., IPU, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag.,MSi, selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
3. Dr. Hasanuddin, SE.Sy., ME selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan Dr. Muh Ridwan, S.HI., M.HI selaku Sekertaris Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan para dosen Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

- 
4. Hurriah Ali Hasan, S.T., M.E., Ph.D, selaku Pembimbing I yang telah memberikan banyak masukan demi perbaikan skripsi ini.
 5. Saidin Mansyur, S.S., M.Hum, selaku Pembimbing II yang telah memberikan banyak masukan demi perbaikan skripsi ini.
 6. Seluruh teman-teman HES A angkatan 021, Terima kasih kepada kalian yang senantiasa selalu bersama selama kurang lebih 4 tahun ini, semoga ini bukan akhir dari hubungan kita dan terimahkasih untuk kalian yang selalu mendukung, memberi semangat dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
 7. Kepada sahabat-sahabatku, Febyola, Febriyanti, Andhini. Terimakasih banyak sudah banyak berperan dalam hidup penulis, Terima kasih sudah memberikan bantuan dalam bentuk support system, waktu, dan kebaikan kebaikan lainnya yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu.
 8. *Last but not least*, Terimakasih kepada diri sendiri, Siti Nabila. Terima kasih sudah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terimakasih sudah menepikan ego dan mengendalikan dari banyak tekanan diluar keadaan. Terimakasih untuk memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan hasil yang semaksimal mungkin. Ini menjadi hal yang patut di apresiasi dan dibanggakan untuk diri sendiri. Berbahagialah kapan pun dan dimanapun kamu berada, Nabila. Apapun kurang dan lebihmu, mari rayakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai kesalahan dan kekurangan penulisan maupun dari isi materi. Oleh karena itu dengan segala keterbatasan yang dimiliki, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang

membangun bagi penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



DAFTAR ISI

SAMPUL JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA MUNAQASYAH	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	xi
A. Latar Belakang	xi
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN TEORITIS	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Labelisasi Halal.....	13
2. Minat Beli Konsumen	21
B. Hipotesis Penelitian.....	26

C. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Desain Dan Jenis Penelitian	29
B. Variabel Penelitian	29
C. Definisi Operasional.....	30
1. Labelisasi Halal (Variabel X/Independent).....	30
2. Minat Konsumen Membeli (Variabel Y/Dependent).....	30
D. Lokasi Objek Dan Waktu Penelitian.....	31
1. Lokasi Penelitian.....	31
2. Objek Penelitian.....	31
3. Waktu Penelitian.....	31
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel.....	32
F. Instrumen Dan Teknis Pengumpulan Data	34
1. Instrumen Penelitian.....	34
2. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Teknik Pengolahan Data Dan Analisis Data.....	38
1. Uji Instrumen Penelitian	38
2. Uji Asumsi Klasik	39
3. Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum	43
1. Sejarah.....	43
2. Logo Mixue.....	44

B. Hasil dan pembahasan.....	46
1. Deskripsi Responden.....	46
2. Deskripsi hasil penelitian	47
3. Uji Instrumen penelitian.....	55
4. Uji Asumsi Klasik	58
5. Uji Hipotesis	59
BAB V PENUTUP.....	63
A. KESIMPULAN.....	63
B. SARAN	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	70
RIWAYAT HIDUP	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1: Logo Mixue	46
Gambar 4.2: Hasil Uji heteroskedastisitas	60



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1: Skor jawaban untuk setiap soal.....	36
Tabel 4.1: Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	47
Tabel 4.2: Deskripsi responden berdasarkan umur	47
Tabel 4.3: Deskripsi hasil penelitian X.1	48
Tabel 4.4: Deskripsi hasil penelitian X.2	49
Tabel 4.5: Deskripsi hasil penelitian X.3	50
Tabel 4.6: Deskripsi hasil penelitian X.4	51
Tabel 4.7: Deskripsi hasil penelitian X.5	51
Tabel 4.8: Deskripsi hasil penelitian Y.1	52
Tabel 4.9: Deskripsi hasil penelitian Y.2	53
Tabel 4.10: Deskripsi hasil penelitian Y.3	54
Tabel 4.11: Deskripsi hasil penelitian Y.4	55
Tabel 4.12: Deskripsi hasil penelitian Y.5	56
Tabel 4.13: Hasil uji validitas X	57
Tabel 4.14: Hasil uji validitas Y	58
Tabel 4.15: Hasil uji realibilitas variabel X	58
Tabel 4.16: Hasil uji realibilitas variable Y	59
Tabel 4.17: Hasil uji normalitas	60
Tabel 4.18: Hasil uji regresi	61
Tabel 4.19: Hasil uji statistik T	62
Tabel 4.20: Hasil uji R	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2: Data Responden.....	75
Lampiran 3: Surat Penelitian.....	77
Lampiran 4: Dokumentasi Penelitian.....	80
Lampiran 5: Surat Keterangan Bebas Plagiat	81



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara besar, negara dengan kepulauan terbesar dan menjadi salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia. Bangsa Indonesia juga dikenal sebagai bangsa yang multi etnik dan Bahasa. Predikat sebagai bangsa besar tersebut, mengharuskan seluruh lapisan Masyarakat (bangsa Indonesia) berperan aktif dalam mengelola segala sumber daya yang dimiliki, tak terkecuali dalam ranah perekonomian.

Perkembangan perekonomian bangsa Indoensia dewasa ini telah melahirkan berbagai macam industri yang menghasilkan produk-produk konsumsi, baik yang diproduksi oleh perusahaan domestik atau perusahaan dalam negeri, maupun perusahaan asing. Produk-produk konsumsi yang beredar di pasaran atau di masyarakat tidak semua memiliki jaminan produksi kesehatan yang terjamin dan jelas. Sementara dalam hal seperti ini, seyoginya masyarakat atau konsumen berhak membutuhkan jaminan dari produk-produk konsumsi yang beredar di pasaran untuk menjamin keselamatan bersama. Sebagaimana yang dikatakan Larassita bahwa Masyarakat sangat memerlukan informasi yang benar mengenai produk yang dikonsumsinya baik itu kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal yang dianggap penting lainnya.

Perekonomian suatu bangsa mengambil peran sangat signifikan dalam mengembangkan suatu negara. Suatu negara dikatakan berkembangan atau maju jika memiliki perkenomian yang memadai pula. Sehingga dengan kondisi tersebut, bangsa Indonesia memiliki cita-cita atau harapan besar di sektor perekonomian dalam mencapai posisi sebagai bangsa yang disegani bukan hanya di tingkat asia, akan tetapi menjadi salah satu negara dengan perkembangan ekonomi terbaik di dunia.¹

Pada umumnya, barang konsumsi dapat dipetakan dalam empat jenis, yaitu barang yang sering dibeli (*convenience goods*), barang-barang yang dibeli (*shopping goods*), barang-barang yang memiliki karakteristik dan identifikasi merk yang unik (*Specialty goods*), dan barang-barang yang belum dikenal (*unsought goods*).² Berdasarkan beberapa jenis-jenis barang konsumsi tersebut, *convenience good* merupakan salah satu barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian yang cukup tinggi (dapat dikatakan sering dibeli), sebagai contoh kebutuhan primer atau kebutuhan sehari-hari seperti makanan, kosmetik, produk perawatan bagi wanita, dan berbagai macam konsumsi lainnya.³

Banyaknya kebutuhan produk *convenience goods* instan dan bahan olahan lainnya yang beredar di pasaran, dan dengan banyaknya konsumen muslim di negara Indonesia, maka sangatlah dibutuhkan memperoleh dan mengonsumsi

¹ Larassita, Vivin Rizky, “Analisis Tingkat Kepentingan Labelisasi Halal Terhadap Produk Konsumsi Bagi Masyarakat Muslim Di Kawasan Medan,” 2013, Hal 74.

² Gayatri Atmadi dan Sri Riris Wahyu Widati, “Strategi Media Komunikasi LPPOM MUI Dalam Sosialisasi Dan Promosi Produk Halal Di Indonesia,” *Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial* 2 (2013): Hal 36.

³ Malhotradan Naresh K, “Riset Pemasaran Pendekatan Terapan” (PT. Indeks, 2009), Hal 46.

produk-produk yang baik dan menyehatkan atau dapat disebut sebagai produk yang berlabelkan halalan *thayyiban* (produk yang halal dan baik), serta memiliki jaminan Kesehatan yang jelas. Oleh sebab itu, maka melalui badan pemerintah menegaskan produk-produk konsumsi yang dipasarkan harus sesuai dengan ketentuan syar'i, terutama produk yang dijadikan sebagai kebutuhan utama seperti makanan dan minuman. Anjuran memakan makanan dan minuman yang baik dan halal telah ditekankan dalam ajaran Islam, yang menjelaskan bahwa seorang muslim tidak diperkenankan bahkan dilarang mengonsumsi makanan dan minuman yang haram, seperti produk-produk yang mengandung unsur bangkai, darah, babi, dan alcohol yang notabenenya akan membahayakan kesehatan bagi para konsumen yang mengkonsumsinya. Sebagaimana firman Allah dalam QS. *al-Maidah*: 5/3.

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخَرْبَرْ وَمَا أَهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنَقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُنْتَرَدَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا
 أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَرْتُمْ وَمَا دُبِّحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْنَقُسُمُوا بِالْأَرْلَامِ ذَلِكُمْ فَسْقُ الْيَوْمِ بَيْسَ الدِّينِ كَفَرُوا مِنْ
 دِيْنِكُمْ فَلَا تَخْشُوْهُمْ وَاحْشُوْنُ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِيْنَكُمْ وَأَنْمَلْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِيْنَكُمْ فَمَنْ
 اصْطَرَّ فِي مَحْمَصَةٍ غَيْرُ مُتَجَانِفٍ لِإِنْمِ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Terjemahnya:

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang dicekik, yang dipukul, yang ditanduk, yang jatuh, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu, janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridhai Islam sebagai Agamamu. Tetapi barang siapa

yang terpaksa karena lapar bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampu, Maha Penyayang.⁴

Berdasarkan penjelasan ayat tersebut, maka dapat digeneralisasikan bahwa adanya anjuran dalam agama Islam untuk memakan makanan yang hala dan baik serta senantiasa menjauhkan diri dari makanan dan minuman yang haram. Perkara ini juga dalam Islam telah menjelaskan dengan transparan dan sederhana tentang perkara-perkara yang haram dan perkara yang halal.

Berdasarkan dengan penjelasan tersebut, maka penggunaan label halal pada setiap produk seyogyanya diterapkan untuk memberikan kenyamanan dan keamanan terhadap setiap produk yang dikonsumsi. Sebagaimana yang terdapat dalam Undang-Undang RI No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3, menjelaskan bahwa pengadaan produk halal pada setiap produk memberikan kenyamanan, keselamatan, keamanan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.⁵

Penggunaan label halal pada setiap produk yang dijual akan memberikan kenyamanan tersendiri bagi para konsumen dalam mengkonsumsi setiap produk. Menentapkan dan memberikan informasi bahwa suatu produk adalah halal, perlu adanya labelisasi halal. terdapat beberapa labelisasi halal resmi yang dipakai diberbagai negara, diantaranya adalah Majelis Ulama Islam Singapura, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia, Official Muslim Affaai (Filipina), Muslim Professional

⁴“Al Quran Dan Terjemahnya” QS. al-Maidah: 5/3.

⁵Republik Indonesia, “Undang-Undang RI No 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3” (Jakarta: Sinar Grafika, 2016).

Japan Association (Jepang), Halal Quality Control (Belanda), Halal Food Authority (Inggris), dan Halal Food Council USA (USA), serta Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang ada di Indonesia.⁶

Negara Indoensia yang merupakan negara dengan penduduk yang memiliki populasi muslim terbesar di dunia. Indonesia hanya memiliki satu buah lembaga saja untuk mengurus sertifikasi Halal. Agar tidak terjadi tuntutan atau protes di masyarakat di masa mendatang, maka pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk sebuah lembaga khusus untuk mengkaji pangan, obat dan kosmetika (LP POM).⁷

Lembaga atau institusi yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).⁸ Lembaga ini secara teliti mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan label halal pada produk yang diperiksa dan diuji. Artinya, produk yang telah melalui proses audit tersebut, secara umum telah terbebas dari unsur-unsur yang membahayakan dan aman untuk dikonsumsi.

LPPOM MUI juga semakin diperkuat melalui Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang menjadi salah satu instrument penting dalam menjamin kepastian hukum atas penyelenggaraan jaminan produk halal yang

⁶Ujang Sumarwan, “Perilaku Konsumen: Toleransi Dan Penerapannya Dalam Pemasaran” (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), Hal 57.

⁷Ali Mustafa Yakub, “Kriteria Halal Haram: Untuk Pangan, Obat Dan Kosmetik Menurut AlQuran Dan Hadits” (Jakarta: PT. Pustaka Firdaus, 2009), Hal 256.

⁸Widati S.R, “Strategi Media Komunikasi LPPOM MUI Dalam Sosialisasi Dan Promosi Produk Halal Di Indonesia.”

ada di Indonesia.

Menindaklanjuti manfaat labelisasi halal, baik yang dikeluarkan oleh MUI maupun dari lembaga lainnya, yang notabenenya memberikan jaminan kualitas yang baik terhadap produk-produk konsumsi, maka sekiranya penting untuk memilih dan menggunakan produk konsumsi halal bagi masyarakat Indonesia. Proses pemilihan dan keputusan penggunaan suatu produk oleh konsumen disebut preferensi. Preferensi penggunaan suatu produk oleh konsumen merupakan salah satu perilaku konsumen yang dimulai dari proses pengenalan produk hingga akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk tersebut.⁹

Namun seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan suatu teknologi serta tuntutan modernisasi, sejumlah masyarakat dewasa ini telah melalaikan tentang anjuran mengkonsumsi makanan produk-produk halal dan baik. Permasalahan ini juga terjadi disebahagian daerah besar di penjuru Indonesia, tak terkecuali kota Makassar. Kota Makassar yang disebut sebagai kota daeng ini, memiliki banyak produk-produk lokal maupun asing yang diperjualbelikan di berbagai toko setempat. Banyaknya produk-produk yang dikonsumsi oleh masyarakat Makassar mulai dari yang terdapat di toko-toko kecil, sampai pada toko-toko besar dan ternama, bahkan juga tidak sedikit berada di hotel dan rumah makan lainnya, memberikan perhatian tersendiri tentang keamanan dan kenyamanan dari kualitas produk yang disediakan.

⁹Naresh K. Malhotra, “Riset Pemasaran Pendekatan Terapan.”

Banyaknya produk yang tersedia di kota Makassar ternyata tidak berbanding lurus dengan usaha pemberian label halal pada setiap produk atau tempat yang ada di daerah Makassar. Tidak sedikit produk-produk konsumsi yang ada belum memiliki sertifikasi atau label halal oleh pemerintah sekitar. Hal ini disampaikan langsung oleh bapak Anggiat Sinaga, ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), mengutarakan bahwa masih sangat dimaklumi jika kurang dari 50 persen restoran dan makanan di Sulsel yang mengantongi sertifikat halal karena aturan ini masih baru disosialisasikan. Iapun menegaskan bahwa dalam waktu dekat, akan menjadikan pengadaan sertifikat halal pada restoran dan setiap produk makanan tersebut, sebagai prioritas program utama, hal ini juga untuk mendukung Makassar sebagai kota wisata halal.¹⁰

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dideskripsikan bahwa penggunaan label halal pada produk-produk yang ada di Makassar masih sangat minim, sehingga menjadi salah satu upaya pemerintah sekitar untuk menjadikan ini sebagai salah satu program utama agar ke depan, kota Makassar dapat dikenal sebagai salah satu destinasi wisata halal yang ada di Indonesia.

Permasalahan tentang pengadaan label halal pada produk menjadi ujian tersendiri bagi warga Makassar dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk, karena tanpa memperhatikan label halal atau kualitas barang yang dalam hal ini disebut sebagai preferensi, maka akan berdampak bahaya pada kondisi tubuh bagi yang mengkonsumsi. Hal ini menjadi salah perhatian tersendiri, tidak sedikit warga

¹⁰ Sinaga, Anggiat, "Prsopk Industri Parawisata Sulse: Potensi Dan Tantangan Dalam Meningkatkan Sektor Parawisata Di Sulsel, Tribun Timur 3 Desember 2017," 2018.

Makassar yang mengkonsumsi produk hanya berdasarkan manfaat yang tertera melalui iklan atau mengkonsumsi produk hanya mengikuti trend tanpa mempertimbangkan kehalalan atas produk yang dikonsumsinya.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa penerapan label halal menjadi salah satu faktor peningkatan penjualan suatu produk yang diinginkan. Sebagai penguat dari itu, di era globalisasi sekarang ini, setiap perusahaan harus mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh pada peningkatan penjualan suatu produk. Berikut ini, beberapa faktor yang berkaitan dengan peningkatan penjualan terhadap suatu produk.

Informasi mengenai produk dapat diperoleh melalui promosi, konsumen akan tertarik terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan apabila perusahaan mampu melakukan promosi yang efektif dan menarik, menciptakan harga yang terjangkau dan kompetitif dibandingkan harga produk yang sejenis, kualitas produk yang bermutu dan juga layanan yang mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Tujuan dari promosi ini adalah untuk menarik minat para konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang disediakan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, untuk menarik minat pelanggan dalam menggunakan produk yang dimiliki, maka harus diadakan promosi yang baik dan berkualitas agar para konsumen memutuskan untuk membeli produk pada perusahaan yang dikelola.

Faktor yang juga mempengaruhi peningkatan penjualan adalah harga. Harga merupakan faktor yang sensitive bagi konsumen karena konsumen selalu melakukan berbagai pertimbangan ketika melakukan keputusan pembelian. Setelah

konsumen mengamati promosi dari produk yang ditawarkan maka akan dengan sendirinya konsumen akan mencoba memilih dan membandingkan harga yang ditawarkan oleh produk lain yang sejenis sebelum konsumen memutusakan untuk membeli produk tersebut. Persoalan mengenai harga dari suatu produk juga tidak dapat diseperlakan karena harga adalah satu unsur yang menghasilkan pendapat perusahaan. Penetapan harga merupakan suatu masalah bilamana suatu prusahaan telah menetapkan suatu produk baru dan menetapkan harga pertama kalinya. Penetapan harga sering menjadi persoalan yang rumit. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika menetapkan harga terlalu rendah maka akan mengurangi pendapatan yang diperoleh Perusahaan.

Selain harga, Faktor yang ketiga yang kualitas suatu produk. Perusahaan dituntut untuk menciptakan keunggulan serta nilai tinggi di mata konsumen agar proses jual beli atau proses bisnis dapat berjalan dengan baik. Produk yang memiliki kualitas yang baik adalah produk yang sesuai dengan desain atau spesifikasi tertentu serta memberikan kepuasan kepada konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya. Selain itu, kualitas yang dihasilkan suatu produk menjadi kredit tersendiri bagi para konsumen sebagai jaminan rasa aman dalam mengkonsumsi produk tersebut, oleh karena itu, kualitas suatu produk akan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian pada setiap produk selain dari berbagai faktor lain.

Berdasarkan penjelasan tersebut, tiga faktor yang berfiliasi pada keputusan pembelian suatu produk harus diidentifikasi lebih lanjut dan dilakukan kajian ilmiah sebagai salah satu kampanye atau sosisialisasi pada seluruh pedagang agar produk-produk yang dijual menghasilkan sesuatu yang memuaskan dan

berdampak positif pada perkeonomian suatu bangsa. Selain dari 3 faktor tersebut, masih banyak lagi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada suatu produk di antaranya adalah faktor budaya, pekerjaan, psikologi dan lain sebagianya.

Sebagai tindak lanjut dari hal tersebut, maka penulis berinisiatif untuk mengangkat sebuah karya yang membahas tentang penerapan label halal pada suatu produk. Banyaknya produk-produk konsumsi, terutama produk convienence good yang beredar luas di pasaran, baik di toko-toko kecil (pedagang eceran), maupun tokotoko besar dan ternama di lingkungan Makassar, berpengaruh kepada pilihan dan keputusan para konsumen terhadap produk dengan labelisasi halal atau produkproduk yang tidak tersertifikasi halal dan tidak dilindungi oleh LPOM MUI. Agar daapat memperoleh data dan informasi yang jelas serta bukti ilmiah tentang bagaimana pengaruh produk halal terhadap peningkatan penjualan suatu produk yang dalam hal ini penulis memilih produk Mixue Ice Cream, maka kiranya perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Sehingga dalam tulisan ini, penulis mengangkat sebuah judul “Pengaruh Poduk Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Mixue Ice Cream di Tamalate Kota Makassar. Penulis menerima informasi bahwa secara umum, terjadi peningkatakan penjualan bagi Perusahaan setelah adanya label halal pada produk yang diperjualbelikan. Hal ini dapat dibuktikan dari tingkat kepuasan pelanggan dan peningkatan jumlah pembelian pada di Mixue Ice Cream kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penggunaan labelisasi halal pada produk mixue ice cream?
2. Bagaimana minat membeli pada produk mixue ice cream?
3. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap minat membeli produk mixue ice cream?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan labelisasi halal pada produk mixue ice cream
2. Untuk mengetahui bagaimana minat membeli pada produk mixue ice cream
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap minat membeli produk mixue ice cream

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen, khususnya mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap minat konsumen membeli.
2. Manfaat Praktis Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para produsen makanan sebagai bahan pertimbangan dalam proses produksi makanan halal serta dapat memberikan informasi mengenai pengaruh label halal terhadap minat membeli konsumen.

3. Manfaat Kebijakan Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah agar lebih peduli terhadap masalah konsumsi akan produk halal. Karena mayoritas penduduk Indonesia sebagian besar beragama Islam.



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Labelisasi Halal

a. Pengertian Label

Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas.¹¹

Pengertian Halal menurut menurut Ghazali (2002)¹² Kehalalan suatu produk yang akan dikonsumsi merupakan hal yang sangat penting diperhatikan bagi umat islam. Dalam agama islam sudah dijelaskan betapa pentingnya kehalalan, bahkan Allah telah menentukan kaidah kehalalan sebelum manusia diturunkan ke bumi. Allah tidak menentukan tentang kehalalan pada udara, akan tetapi untuk makanan dan minuman, seperti halnya kosmetik, obat-obatan dan lain-lain. Adapun sejumlah keterangan yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui apakah produk yang dibeli mengandung unsur-unsur yang diharamkan atau membahayakan bagi kesehatan adalah sebagai berikut:

¹¹Anton Apriyantono dan Nurbowo, “Panduan Belanja Dan Konsumsi Halal” (Khairul Bayaan, 2003), Hal 68-69.

¹²Ghazali, “Benang Tipis Antara Halal Dan Haram” (Surabaya: Putra Pelajar, 2002).

1) Keterangan bahan tambahan

Bahan tambahan adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi. Kebanyakan produsen tidak merinci jenis bahan-bahan tambahan yang digunakan. Biasanya digunakan istilah-istilah umum kelompok seperti stabilizer (jenis bahan seperti bubuk pati dan dextrin dan lainnya yang dapat menstabilkan dan mengentalkan makanan dengan suhu kelembaban yang lebih tinggi), pewarna, flavor, enzim (senyawa protein yang digunakan untuk hydrolysis atau sintetis bahan-bahan organik yang digunakan untuk bahan makanan), antoi foaming, gelling agent, atau hanya menyantumkan kode Internasional E untuk bahan tambahan makanan padahal, bahan-bahan tersebut rawan haram.

2) Komposisi dan nilai gizi

Secara umum informasi gizi yang diberikan adalah kadar air, kadar protein, kadar lemak, vitamin dan mineral.

3) Batas kedaluwarsa

Sebuah produk harus dilengkapi dengan tanggal kedaluwarsa yang menyatakan umur pemakaian dan kelayakan pemakaian atau penggunaan produk. Menurut PP No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan Pasal 27 Ayat 2 berbunyi: *“Baik digunakan sebelum tanggal sesuai dengan jenis dan daya tahan produk yang bersangkutan”*. Sedangkan Ayat 3 berbunyi *“Dalam hal produk*

pangan yang kedaluwarsa lebih dari tiga bulan dibolehkan hanya mencantumkan bulan dan tahun kedaluwarsa saja”¹³

4) Keterangan legalitas

Keterangan legalitas memberikan informasi bahwa produk telah tedaftar dibadan pengawasan obat dan makanan (Badan POM), berupa kode nomor registrasi. Kode MD dan SP adalah untuk makanan lokal dan ML untuk makanan impor. Namun masih banyak produk yang berlabel halal, akan tetapi tidak terdaftar sebagai produk yang telah disertifikasi halal, hal ini khususnya produk yang berkode SP atau tidak berkode sama sekali.

Untuk produk-produk yang demikian, maka pengetahuan konsumen yang menentukan apakah diragukan kehalalanya atau tidak, jika ragu-ragu maka sikap yang terbaik adalah tidak membeli produk yang diragukan kehalalanya.

Di samping itu ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

- a) Label produk (*product label*) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
- b) Label merek (*brand label*) adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.

¹³Ahmadi Miru, “Hukum Perlindungan Konsumen” (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), Hal 77-79.

- c) Label tingkat (*grade label*) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri
- d) Label diskriptif (*descriptive label*) mendaftar isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftar ciri-ciri produk yang lainnya. Pemberian label (labeling) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.¹⁴

b. Pengertian Halal

Islam datang ketika umat manusia dalam keadaan yang tidak stabil (zaman jahiliyah) dalam mengkonsumsi makanan secara berlebihan dan tidak teratur serta tidak tahu apa hukumnya, pada saat itu umat manusia dalam kebodohan oleh karena itu Allah menurunkan agama Islam untuk mengatur kehidupan umat manusia di bumi (mengatur makanan yang halal dan yang dilarang oleh Allah).¹⁵

Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam. Seperti yang telah terkandung dalam firman Allah Surah *Al-Ma'idah*: 88:

وَقَلُوْا فُلُوْبُنَا عَلْفٌ بَنْ لَعَنَهُمُ اللَّهُ بِكُفْرِهِمْ فَقَلِيلًا مَا يُؤْمِنُونَ

Terjemahnya:

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah Telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”. (QS. *Al-Ma'idah*: 88)¹⁶

¹⁴Henry Simamora, “Manajemen Pemasaran Internasional” (Jakarta: Salemba Empat, 2000), Hal 502.

¹⁵Yusuf Qardhawi, “Halal Haram Dalam Islam” (Surakarta: Era Intermedia, 2000), Hal 72.

¹⁶Al Quran Dan Terjemahnya. QS. *Al-Ma'idah*: 88.”

Sedangkan yang dimaksud dengan makanan halal menurut Himpunan Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah makanan yang dibolehkan memakanya menurut ajaran Islam.

Adapun syarat-syarat produk makanan halal menurut syari'at Islam antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Halal zatnya artinya halal dari hukum asalnya misalkan sayuran.
- 2) Halal cara memperolehnya artinya cara memperolehnya sesuai dengan syari'at Islam misalkan tidak dengan mencuri.
- 3) Halal dalam memprosesnya, misalkan proses menyembelih binatang dengan syari'at Islam misalkan dengan membaca basmala.
- 4) Halal dalam penyimpananya, tempat penyimpananya tidak mengandung barang yang diharamkan seperti, babi dan anjing (binatang yang diharamkan oleh Allah).
- 5) Halal dalam pengangkutanya misalkan binatang yang mati dalam pengangkutan sekalipun baru sebentar, tidak boleh ikut disembelih dan dikonsumsi oleh manusia.
- 6) Halal dalam penyajianya artinya dalam penyajian tidak mengandung barang yang diharamkan menurut syari'at Islam.

Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan agar manusia mengkonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halalan dan *thayyiban*. Firman Allah dalam Surat *Al-Baqarah*: 168:

يَأَيُّهَا النَّاسُ كُلُّا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالٌ طَيِّبٌ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُولَتِ الشَّيْطَنِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkahlangkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”¹⁷

Kata *halal* berasal dari akar kata yang berarti lepas atau tidak terikat. Sesuatu yang halal artinya sesuatu yang terlepas dari ikatan bahaya dunia dan ukhrawi.

Dalam bahasa hukum, kata halal juga berarti boleh.

Kata *thayyib* dari segi bahasa berarti lezat, baik, sehat, menentramkan dan yang paling utama. Dalam konteks makanan, *thayyib* artinya makanan yang tidak kotor dari segi dzatnya atau kedaluarsa (rusak) atau dicampuri benda najis. Secara singkat dapat dikatakan bahwa makanan *thayyib* adalah makanan yang sehat, proporsional dan aman (halal).

Untuk dapat menilai suatu makanan itu *thayyib* (bergizi) atau tidak harus terlebih dahulu diketahui komposisinya. Bahan makanan yang *thayyib* bagi umat Islam harus terlebih dahulu memenuhi syarat halal, karena bahan makanan yang menurut ilmu pengetahuan tergolong baik, belum tentu termasuk makanan yang halal. Adapun persyaratan makanan yang *thayyib* (bergizi) menurut ilmu gizi adalah yang memenuhi fungsi-fungsi sebagai berikut:

- 1) Memberi kepuasan jiwa meliputi:
 - a. Memberi rasa kenyang
 - b. Memenuhi kebutuhan naluri dan kepuasan jiwa
 - c. Memenuhi kebutuhan sosial budaya

¹⁷“Al Quran Dan Terjemahnya.”*Al-Baqarah: 168.*

- 2) Memenuhi fungsi fisiologis meliputi:
- Memberikan tenaga
 - Mendukung pembentukan sel-sel baru untuk pertumbuhan badan.
 - Mendukung pembentukan sel-sel atau bagian sel-sel untuk menggantikan yang rusak
 - Mengatur metabolism zat-zat gizi dan keseimbangan cairan serta asam basa (*regulatory mechanism*)
 - Berfungsi dalam pertahanan tubuh (*defence mechanism*)

Agama Islam merupakan agama yang sangat bijak dalam mengatur umatnya agar tidak memakan makanan yang haram dengan menjelaskan semua yang halal dimakan maupun yang diharamkan. Allah telah menciptakan bumi lengkap dengan isinya agar manusia dapat memilih dan tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang selalu menggoda umat manusia untuk mengikuti jalanya.¹⁸

c. Pengertian Labelisasi Halal

Labelisasi halal adalah proses penetapan dan pengesahan bahwa produk tertentu telah memenuhi standar syariah Islam, mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga distribusi. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan yang haram dan diproses sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁹

¹⁸ Op,Cit, YusufQarhawi. Hal 53

¹⁹ Ade SeptiawanPutra, "Kewenangan LPPOM MUI Dalam Penentuan Sertifikasi Halal Pasca Berlakunya Uu No. 33 Tahun 2014," 2015.

Penegasan dan penandaan pada produk yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah disiapkan, diproduksi, dan diproses sesuai dengan persyaratan hukum Islam. Labelisasi ini mencakup bahan baku, proses produksi, alat-alat yang digunakan, dan lingkungan produksi.

Labelisasi halal merupakan tanda atau sertifikasi yang diberikan kepada produk setelah melalui serangkaian pemeriksaan dan pengujian untuk memastikan bahwa produk tersebut bebas dari bahan-bahan yang dilarang dalam Islam. Ini termasuk proses verifikasi yang ketat terhadap seluruh rantai pasokan. Pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.

d. Indikator Labelisasi Halal

Indikator label Halal yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Gambar Gambar merupakan hasil dari tiruan yang berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dan sebagainya).
- b. Tulisan Tulisan pada dasarnya merupakan suatu hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- c. Kombinasi gambar dan tulisan Kombinasi gambar dan tulisan merupakan suatu gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.

- d. Menempel pada kemasan Menempel pada kemasan dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk)²⁰

2. Minat Beli Konsumen

a. Pengertian Minat Beli Konsumen

Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu, minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.²¹

Digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan Rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.²²

Kenyataan menunjukkan bahwa mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen tidak mudah. Konsumen bisa merubah pemikirannya pada detik-detik

²⁰Sahidillah Nurdin dan Pika Nilam Cahya Setiani, “Penggunaan Label Halal Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung),” *Jurnal Sain Manajemen* 3, no. 2 (2021): 113.

²¹Jahja, “Psikologi Perkembangan” (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 63.

²²Hasan, “Maketing Dan Kasus-Kasus Pilihan” (Yogyakarta: CAPS, 2013), Hal 173.

terakhir. Tentu saja pemasar mengharapkan bersikap positif yaitu bersedia membeli barang yang ditawarkan. Untuk menarik atau menumbuhkan minat beli konsumen terlebih dahulu pemasar harus memahami bagaimana konsumen berkeputusan.

Tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum membeli, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pemebelian, dan perilaku pasca pembelian. Adapun menurut pendaat lain, minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemebelian. Secara lebih rinci, minat beli konsumen adalah dorongan pada seseorang atau perusahaan untuk melakukan pembelian pada barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya.²³

Tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli berbeda dengan niat beli, niat beli adalah suatu tindak lanjut dari minat beli konsumen dimana keyakinan untuk memutuskan akan membeli sudah dalam persentase yang besar. Jadi dapat dikatakan bahwa niat beli adalah tingkatan akhir dalam minat beli berupa keyakinan sebelum keputusan pembelian diambil.²⁴

Terdapat tiga tahapan dalam menumbuhkan minat beli konsumen yaitu :²⁵

1. Rangsangan, terjadi saat suatu keinginan mencapai daerah syarat penerimaan indra seseorang

²³Philip Kotler, “Manajemen Pemasaran” (Jakarta: Indeks, 2009), Hal 9.

²⁴J. R. Kinnear, T. L., dan Taylor, “Riset Pemasaran(3rd Ed.),” ed. Erlangga (Jakarta, 1995).

²⁵BarryBearman, “Stategi Management” (Bandung: Alfabeta, 2002), Hal 340.

2. Kesadaran, untuk dapat menjadi perhatian atas kesadaran seseorang maka rangsangan tersebut harus dapat menggetarkan syaraf indra dan yang menimbulkan respon langsung atau sensasi-sensasi pada otak. Misalnya ketika seseorang merasa tertarik untuk lebih mengetahui lebih jauh mengenai kegiatan yang dilakukan perusahaan tersebut.
3. Pencarian informasi dibagi menjadi:
 - a) Informasi intern, bersumber dari kegiatan konsumen untuk memelihi barang atau jasa yang memuaskannya.
 - b) Informasi ekstern, informasi yang berasal dari iklan, melalui teman, ataupun dari media sosial.
 - c) Memastikan sifat yang khas dari setiap pilihan yang ada, pada tahap konsumen mengumpulkan informasi yang berhubungan dari ciri setiap pilihan, setelah itu baru konsumen memutuskan barang/jasa yang akan dibelinya.
 - d) Pemilihan alternatif, setelah informasi yang berkaitan dengan produk yang diinginkan telah diperoleh, maka konsumen melakukan penelitian akan alternatif-alternatif yang ada yaitu : sifat produk (warna, ukuran, kemasan) misalnya konsumen akan membeli baju maka ia akan memperhatikan bahan, model, warna serta harganya.
4. Tempat pembelian, merupakan salah satu pertimbangan di toko mana konsumen akan membeli produk atau jasa. Sebuah toko yang memiliki citra yang baik akan merangsang konsumen untuk selalu berbelanja ditempat yang sama.

5. Pembelian merupakan tahap terakhir dimana konsumen telah menentukan pilihan dan siap untuk menukarkan uangnya dengan barang/jasa tersebut.

Ada dua faktor yang turut menentukan keputusan pembelian konsumen yaitu sikap orang lain dan faktor situasional yang tidak terduga.

Berdasarkan definisi yang di jelaskan dari beberapa pakar di atas dapat di simpulkan bahwa Minat konsumen membeli adalah keinginan atau ketertarikan seorang konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Minat ini mencerminkan sejauh mana seorang konsumen bersedia mengalokasikan sumber dayanya, seperti waktu dan uang, untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Minat membeli sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebutuhan, preferensi, persepsi tentang kualitas, harga, dan citra merek.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya mengilangkan minat.²⁶

Beberapa faktor yang mempengaruhi minat yaitu:²⁷

- a) Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan , penggunaan waktu senggangnya dan lain-lain.

²⁶Swastha Irawan, “Manajemen Pemasaran Modern” (Yogyakarta: Liberty, 2006), Hal 398.

²⁷SuperCrites, “Perilaku Konsumen” (Jakarta: Salemba Empat, 2012), Hal 4.

- b) Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunya sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah untuk mencapai apa yang diinginkan daripada yang mempunyai sosial ekonomi yang rendah.
- c) Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaiman seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d) Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
- e) Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

Minat beli dapat didefinisikan melalui indikator- indikator sebagai berikut:²⁸

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk
- b) Minat refrensional, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) Minat prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut. Prefensi hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefensinya.
- d) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi menegnai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendudkung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

²⁸Ferdinand, “Metodologi Penelitian Manajemen,” Edisi II (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015), Hal 67.

c. Indikator Minat Beli

Yang menjadi indikator minat beli seorang calon konsumen adalah sebagai berikut:

- a. *Attention*, yaitu perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
- b. *Interest*, ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
- c. *Desire*, keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen.
- d. *Action*, yaitu calon konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.²⁹

B. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atau dugaan sementara terhadap masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan atau pertanyaan³⁰. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah “terdapat pengaruh yang signifikan antara Labelisasi halal terhadap minat konsumen membeli produk Mixue Ice Cream Kota Makassar”.

Adapun hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \mu = 0$$

²⁹Ida Ayu Trisna Wijayanti dan Ni Luh Kartika Dewi Dewi, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toosi Coffee Di Berawa Badung Bali,” *Jurnal Economina* 1, no. 3 (2022): 456.

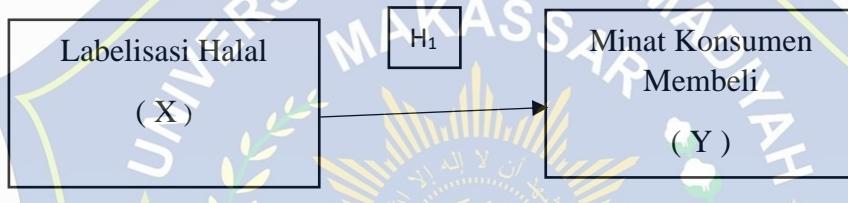
³⁰Untung Nugroho, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani* (Penerbit CV. Sarnu Untung, 2018).

$$H_1 : \mu \neq 0$$

di mana,

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara Labelisasi halal terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Cream di Kota Makassar.

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan antara Labelisasi Halal terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Creamdi Kota Makassar.



C. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian pengaruh produk halal terhadap peningkatan penjualan di kota makassar ini adalah penelitian yang dilakukan oleh:

1. Nurul Fajriana (2020) yang berjudul "*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan*".
Penelitian ini memiliki persamaan membahas tentang pengaruh produk halal terhadap peningkatan penjualan.
2. Syamsuri Rahim (2023) yang berjudul "*Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Pendapatan Penjualan Usaha Di Sektor Food And Beverage Kota Makassar*" Penelitian ini memiliki persamaan

membahas tentang pengaruh produk halal terhadap peningkatan penjualan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah jenis penelitian dekstirptif kuantitatif. Penelitian dekstirptif kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode ini juga digunakan untuk penelitian pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data, bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil dari penelitian ini nantinya akan dipaparkan dengan mendeskripsikan hasil dari yang telah didapat melalui penelitian di lapangan.

Laporan hasil penelitian dikelola menggunakan teknik analisis data dengan metode regresi linier berganda. Regresi linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk seberapa besar pengaruh anta variabel yang berhubungan. Oleh karena itu, penulis akan menjelaskan tentang apakah ada pengaruh secara signifikan antara penerapan labelisasi halal terhadap minat konsumen membeli produk Mixue Ice Cream di kota Makassar.

B. Variabel Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, maka skema desain penelitiannya adalah :

Dimana:

X : Labelisasi Halal

Y : Minat Konsumen Membeli

C. Definisi Operasional

Selanjutnya penulis akan mendefenisikan variabel yang ada dalam tulisn ini, sebagai upaya untuk lebih memudahkan pembaca memahami maksud dari alur tulisan. Oleh Karena itu, berikut akan saya operasionalkan beberapa hal yang dimaksud penting, sekaligus sebagai pembatas dan maksud dari pembahasan ini.

1. Labelisasi Halal (Variabel X/Independent)

Labelisasi halal adalah proses penetapan dan pengesahan suatu produk yang sesuai dengan hukum dan standar syariah Islam, sehingga produk tersebut layak dikonsumsi atau digunakan oleh umat Muslim. Proses ini melibatkan pemeriksaan dan audit terhadap bahan baku, proses produksi, serta distribusi produk untuk memastikan tidak adanya kandungan atau kontaminasi bahan haram (yang dilarang oleh Islam) dan bahwa produk tersebut diproses sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

2. Minat Konsumen Membeli (Variabel Y/Dependent)

Minat konsumen membeli adalah keinginan atau ketertarikan seorang konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Minat ini mencerminkan sejauh mana seorang konsumen bersedia mengalokasikan sumber dayanya, seperti waktu dan uang, untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Minat membeli sering

kalidipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebutuhan, preferensi, persepsi tentang kualitas, harga, dan citra merek.

D. Lokasi Objek Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian. Adapun dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di Store Mixue Ice Cream Kota Makassar, Karena terdapat kemungkinan besar dalam kandungan ice cream tersebut terdapat zat yang haram, maka dari itu penting untuk memeriksa label atau sertifikasi halal nya.

2. Objek Penelitian

Dan dalam penelitian ini, yang dijadikan objek penelitian Konsumen Mixue Ice Cream Kota Makassar, agar peneliti dapat mengungkapkan seberapa jauh konsumen puas dengan informasi yang di berikan oleh label halal, serta sejauh mana label halal ini dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap merek atau produk tertentu

3. Waktu Penelitian

Sedangkan waktu adalah keseluruhan dari jalannya penelitian yang berkaitan dengan pengambilan data saat penelitian. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2024.

E. Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di Mixue Ice Cream Kota Makassar.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.³¹ Sedangkan pendapat lain berpendapat bahwa sampel adalah sejumlah anggota yang dipilih atau diambil dari suatu populasi.³² Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan sejumlah anggota yang diambil dari suatu populasi dengan cara-cara tertentu.

Sampel yang baik adalah sampel yang dapat mewakili populasi dalam aspek-aspek tertentu yang sedang dipelajari sebagai dasar mengambil keputusan dalam penelitian.³³ Sampel dalam penelitian ini adalah perwakilan dari konsumen atau pembeli produk Mixue Ice Cream kota makassar.

³¹M Iqbal Hasan, “Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)” (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), Hal 84.

³²Muhammad ArifTiro, “Dasar-Dasar Statistika,” *Universitas Negeri Makassar*, 2008, Hal 4.

³³Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D” (Bandung: alfabeta, 2014), Hal 120.

Penelitian ini menggunakan rumus *Cochran* dalam menyelidiki informasi dengan memikirkan aset, waktu, dan tenaga kerja eksplorasidalam mengurai informasi persamaan *Cochran* cocok digunakan dengan populasi dengan ukuran populasi yang tida kjelas.

Karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel dicari dengan rumus *Cochrandimana* :

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = tingkat kesalahan sampel(samplingerror), $10\% = 0,1$

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut ini:

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

$$n = \frac{240}{1 + 240 \cdot (0.05)^2}$$

$$n = \frac{240}{1,6}$$

$$n = 150$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 150 responden.

F. Instrumen Dan Teknis Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Penelitian pada dasaranya adalah suatu proses atau tahap melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Oleh karena itu, alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial yang menjadi variabel penelitian.³⁴

Instrumen penelitian berguna sebagai fasilitas untuk menyimpulkan data agar pekerjaan menjadi mudah, hasilnya lebih baik dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah serta data dan informasi dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.³⁵

Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah angket atau kuesioner. Angket merupakan alat / instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang disusun untuk mengumpulkan data dari responden. Bentuk angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu berupa pertanyaan-pertanyaan terkait dengan kedua variabel yang diteliti dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan, sehingga tenaga pendidik dapat memilih pilihan yang telah tersedia menurut mereka sesuai dengan fakta yang terjadi.

³⁴Djaali, “Pengukuran Dalam Pendidikan” (Jakarta, 2000).

³⁵AdeIsmayani, *Metodologi Penelitian* (Syiah Kuala University Press, 2019).

Berdasarkan instrumen yang digunakan, maka penentuan jenis pilihan dari angket yang digunakan yaitu dengan menggunakan 5 kategori jawaban. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3.1
Skor jawaban untuk setiap soal

No	Pilihan Jawaban	Skor Jawaban
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Keterangan:

- a) Sangat setuju, jika pertanyaan/pernyataan tersebut sepenuhnya terjadi sangat sesuai dengan kenyataan atau keadaan yang dialami
- b) Setuju, jika pertanyaan/pernyataan tersebut terjadi sesuai dengan kenyataan atau keadaan yang dialami.
- c) Kurang setuju, jika pertanyaan / pernyataan tersebut sebagian besar terjadi sesuai dengan kenyataan atau keadaan yang dialami
- d) Tidak setuju, jika pertanyaan / pernyataan tersebut sewaktu-waktu terjadi sesuai dengan kenyataan atau keadaan yang dialami
- e) Sangat tidak setuju, jika pertanyaan / pernyataan tersebut tidak pernah terjadi sesuai dengan kenyataan atau keadaan yang dialami.

Terkait dengan angket yang digunakan dalam penelitian ini, maka berikut tahap-tahap dalam pembuatan angket :

a. Tahap pertama

Pada tahap ini, kegiatan membuat pertanyaan harus berdasarkan indicator indikator dari setiap variabel yang akan diteliti. Butir-butir pertanyaan atau pernyataan itu harus ditelaah secara cermat apakah sudah sesuai dengan yang dirancangkan ataukah masih perlu direvisi.³⁶ Jenis angket yang digunakan disini adalah angket tertutup, yaitu angket yang digunakan untuk memperoleh informasi atau data yang tidak dibutuhkan penjelasan karena telah disediakan jawaban di dalam daftar pertanyaan. Jadi stakeholder memilih salah satu alternatif jawaban yang mereka anggap benar atau sesuai.

b. Tahap Kedua

Pada tahap ini, dilakukan pengujian validitas instrumen angket oleh ahli atau pengujian langsung kepada tenaga kependidikan yang menjadi sampel pada penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pengumpulan data adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan, atau menghimpun data.³⁷ Metode pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti

³⁶SumardiSuryabrata, “Metodologi Penelitian” (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), Hal 54.

³⁷Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, “Kamus Besar Bahasa Indonesia” (Jakarta: Bali Pustaka, 1990), Hal 78.

untuk menghimpun data. Metode (cara atau teknik) menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui: angket, wawancara, pengamatan, dokumentasi dan lainnya. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh sebuah informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai suatu tujuan penelitian. Tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Jawaban itu masih perlu diuji secara empiris, dan untuk maksud inilah dibutuhkan pengumpulan data.³⁸

Berikut ini, penulis akan memaparkan beberapa teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian sebagai langkah untuk memberoleh data yang dibutuhkan.

a. Teknik Observasi

Teknik obeservasi atau pengamatan langsung adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan sehingga mendapatkan gambaran secara jelas tentang kondisi objek dari penelitian tersebut³⁹

b. Teknik Angket (Kuesioner)

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

³⁸SyaodihSukmadinata, “Metode Penelitian Kuantitatif” (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2005), Hal 132.

³⁹SyofianSiregar, “Metode Penelitian Kuantitatif, Perhitungan Manual Dan SPSS” (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2013), Hal 19.

responden untuk dijawabnya, dimana peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden. Kuesioner merupakan seperangkat instrument penelitian berupa daftar pertanyaan atau pernyataan secara tertulis yang harus dijawab atau diisi oleh responden sesuai dengan petunjuk pengisiannya.⁴⁰ Berdasarkan skala likert 5 (versi asli dari Rensist Likert Suriyani dan Hendrayadi).⁴¹

c. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuka dokumen-dokumen atau catatan yang dianggap perlu. Adapun teknik dokumentasi dalam penelitian ini penulis butuhkan untuk mengumpulkan data dari hal-hal yang dianggap perlu seperti data produk, konsumen dan berbagai data lainnya.

G. Teknik Pengolahan Data Dan Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk mengolah data adalah teknik analisis statistic melalui program computer Excel statistic Analysis dan SPPS. Adapun teknik analisis data yang digunakan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu instrument yaitu seberapa jauh instrument benar-benar mengukur apa(objek) yang diukur. Menurut Siregar, menyatakan uji validitas

⁴⁰WinaSanjaya, “Penelitian Pendidikan Jenis, Metode, Dan Prosedur” (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2013), Hal 255.

⁴¹Suriyani dan Hendrayani, “Metode Riset Kuantitatif :Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam” (Jakarta: Kencana, 2015), Hal 132.

dilakukan untuk merujuk sejauh mana alat ukur itu mengukur yang di ukur.⁴²

Menurut Martono bukunya metode penelitian kuantitatif, Validitas adalah bagaimana cara data itu dikumpulkan atau diperoleh lembaga penyedia data.

Kriteria membentuk validitas kuisioner adalah sebagai berikut:

- a) Jika $r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$ Maka Pertanyaan Valid.
- b) Jika $r_{\text{Hitung}} < r_{\text{Tabel}}$ Maka Pertanyaan Tidak Valid.

b. Uji Realibilitas

Menurut Yusuf, menyatakan uji Rehabilitas adalah ulangan dan pengukuran pertama dengan menggunakan instrumen yang sam⁴³. Menurut Sofyan, adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten menggunakan alat yang sampul. Pernyataan valid ditentukan reabilitasnya dengan criteria sebagai berikut:

- a) Jika r_{α} positif dan lebih besar dari r_{Tabel} maka pernyataan tersebut valid realibel.
- b) Jika r_{α} negatif dan lebih kecil dari r_{Tabel} maka pernyataan tersebut tidak valid realibel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, menunjukkan hubungan signifikan dan representatif, maka model tersebut harus

⁴²Nanang Martono, “Metode Penelitian Kuantitatif” (Jakarta pers, 2014), Hal 136.

⁴³A Muri Yusuf, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan” (Jakarta: Kencana, 2014).

memenuhi asumsi klasik regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.⁴⁴ Adapun uji autokorelasi tidak perlu dilakukan karena data penelitian merupakan bersumber dari data primer bukan data berbentuk *time series*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas perlu dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terkait, variabel bebas, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Syarat untuk mendapatkan model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal dan mendekati normal. Apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dengan beberapa cara, diantaranya dengan menguji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ dan apabila signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov Sig $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.⁴⁵

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji mengenai sama atau tidaknya variabel dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.⁴⁶ Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁴⁴Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

⁴⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005).h. 160-165.

⁴⁶J. Supranto, *Statistik Teori Dan Aplikasi*, 7th ed. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009). h. 276.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi

Regresi bertujuan untuk menguji hipotesis dalam penelitian metode analisis reggresi berganda. Metode analisis ini merupakan metode statistic yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain, dengan modal sebagai berikut.⁴⁷



b. Uji Statistik T

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi-variasi terikat. Tujuan dari uji t adalah untuk menguji koefisien regresi secara individual. Nilai t tabel yang diperoleh dibandingkan dengan nilai t hitung, bila t hitung 1 tabel maka H_0 diterima, dengan

⁴⁷Bhuono Agung Nugroho, "Strategi Jitu: Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS" (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), Hal 43.

kesimpulan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefesien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa benar kemampuan variabel independen menjelaskan dependen. Dalam regresi linear ganda koefisien korelasi merupakan sumbangan/kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, semakin mendekati angka 1 persamaan garis regresi adalah semakin baik.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka pengelolaan dan teknik analisis data ini memudahkan bagi para peneliti dalam mengelola data yang telah didapatkan di lapang, yang kemudian di ramu untuk menemukan sebuah hasil yang dibutuhkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah

Pada Juni 1997, Zhang Hongchao, seorang mahasiswa di Universitas Keuangan dan Ekonomi Henan, bekerja paruh waktu di sebuah kios minuman dingin untuk meringankan beban ekonomi keluarga. Pekerjaan tersebut menginspirasi dirinya untuk membuka usahanya sendiri. Ia meminjam uang dari neneknya untuk membuka gerai es serut di kampung halamannya di Zhengzhou, Henan. Di gerai tersebut, ia menjual beragam rasa es serut, es krim, smoothie, dan kemudian menjual teh susu mutiara. Perjuangan usahanya mengalami banyak kendala hingga memutuskan untuk menutup kedai pertamanya. Pada tahun 1999, ia kembali membuka gerai es kedua yang ia beri nama *Mixue Bīngchéng* (Hanzi: 蜜雪冰城) yang bermakna "istana es yang dibangun dengan salju yang manis".⁴⁸

Mixue telah hadir di Indonesia sejak tahun 2020 dengan gerai pertamanya di Cihampelas Walk, Kota Bandung yang saat ini memiliki lebih dari ribuan gerai di seluruh Indonesia. Pada Maret 2022, 21.000 gerai Mixue telah beroperasi di lebih dari 11 negara Asia. Mixue juga membuka ratusan gerai di negara Asia Tenggara lainnya seperti Malaysia, Singapura, Thailand, Kamboja, Laos, dan Myanmar. Pada akhir 2022, Mixue memulai operasi bisnis di Korea Selatan dan Jepang. Sejak Februari 2023, Mixue membuka cabang pertamanya di Australia, tepatnya di Sydney.

⁴⁸Wikipedia, "Mixue Ice Cream & Tea," 24 Oktober, 2024.

Sebelumnya, masyarakat Indonesia mempertanyakan tentang belum adanya sertifikasi halal dalam produk yang dijual oleh Mixue. sejak tahun 2021 Mixue mengupayakan proses sertifikasi halal agar konsumen tidak khawatir dalam membeli produk ini. Akan tetapi, prosesnya terkendala oleh tahapan konsultasi halal yang harus dilaksanakan terlebih dahulu di negara asal dikarenakan 90% bahan bakunya merupakan hasil impor, sumber bahan baku yang tidak terpusat seluruhnya di satu wilayah, serta pandemi Covid-19 dan karantina wilayah di Tiongkok yang menyebabkan terhambatnya proses pengurusan. Namun, pada Februari 2023 Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menetapkan fatwa tentang kehalalan produk Mixue Ice Cream & Tea. Ketetapan halal tersebut diutuskan dalam sidang fatwa. Ketua Bidang Fatwa Halal MUI Asrorun Niam menyebutkan fatwa halal ini ditetapkan setelah mendengarkan laporan hasil pemeriksaan tim auditor lembaga pemeriksa halal (LPH) terhadap komposisi dan proses produksi yang dilakukan oleh Mixue.⁴⁹

2. Logo Mixue

Mixue memiliki logo yang menggambarkan karakter lucu dan menggemaskan bernama Snow King. Snow King hadir sejak tahun 2018 sebagai boneka salju dengan wajah yang imut dan lucu yang memegang tongkat es krim. Ia memegang posisi Chief Quality Officer dan Lifetime Spokesperson dari Mixue Ice Cream & Tea. Mantra Snow King yang memikat adalah "Aku cinta kamu. Kamu cinta aku. Mixue Ice Cream and Tea."

⁴⁹Inas Rifqia Lainufar, "Ini Lirik Lagu MIXUE Dan Artinya, Jingle Gerai Es Krim Yang Viral TikTok!," iNews.Id, 2023.

Font yang digunakan dalam logo Mixue juga memberikan kesan lembut dan menyenangkan. Font rounded sans serif membuat logo terlihat elegan dan bersahabat, sesuai dengan brand image Mixue sebagai penyedia es krim dan teh yang menawarkan produk berkualitas dan terjangkau bagi semua orang. Snow King dan font yang digunakan dalam logo menggambarkan brand image Mixue sebagai pemimpin pasar yang inovatif dan memikat bagi para pencinta es krim dan teh.⁵⁰



Gambar 4.1
Logo Mixue

⁵⁰“Makna Logo Mixue,” masvian, 2023. *Diakses pada Tanggal 15 Desember 2024.*

B. Hasil dan pembahasan

1. Deskripsi Responden

Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen Mixue Ice Cream Kota Makassar dan konsumen yang menjadi responden sebanyak 150 orang.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keadaan responden berdasarkan jenis kelamin dapat didefinisikan dalam table 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	59	39,3%
Perempuan	91	60,7%
Total	150	100%

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh perempuan dengan jumlah responden 91 responden (60,7%) dari 150 responden yang ditetapkan dan sisanya 59 responden (39,3) adalah laki-laki.

b. Deskripsi Responden berdasarkan Umur

Keadaan responden berdasarkan umur dapat didefinisikan dalam table 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Responden berdasarkan Umur

Keterangan	Jumlah	Persentase
15-20	38	25%
21-25	81	54%
26-30	19	13,40%
31-38	12	7,30%

Total	150	100%
-------	-----	------

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 21-25 tahun dengan 38 responden (54%) dari total 150 responden yang ditetapkan. Kelompok usia berikutnya yang paling banyak adalah 15-20 dengan 38 responden (25%), diikuti oleh 26-30 tahun dengan 19 responden (13,40%). Sementara itu, kelompok usia di atas 30 tahun menunjukkan jumlah yang jauh lebih sedikit, dengan hanya 12 responden (7,30%) berusia 31-38 tahun ke atas. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia yang relatif muda, yaitu antara 17 hingga 25 tahun.

2. Deskripsi hasil penelitian

Variabel penelitian terdiri dari 2 (dua) yang terdiri dari variabel Labelisasi Halal (X), dan Minat Konsumen Membeli (Y).

a. Deskripsi Variabel Labelisasi Halal (X)

- 1) Membeli produk Mixue Ice Cream saya memperhatikan adanya label halal.

Tabel 4.3

Deskripsi hasil penelitian X.1

Jawaban Responden	F	%
5	56	37.33%
4	38	25.33%
3	43	28.67%
2	13	8.67%
1	0	0
Total	150	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 pada peryataan X.1 membeli produk Mixue Ice Cream responden umumnya memperhatikan adanya label halal, menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian sangat setuju dan setuju, dengan 56 responden (37,33%) menyatakan sangat setuju dan 38 responden (25,33%) menyatakan setuju, sehingga total 62,66% memperhatikan adanya label halal. Sebanyak 43 responden (28,67%) menyatakan kurang setuju, menandakan dianggap kurang setuju, sementara 13 responden (8,67%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat memperhatikan adanya label halal

2) Label halal harus ada pada kemasan produk Mixue Ice Cream.

Tabel 4.4
Deskripsi hasil penelitian X.2

Jawaban Responden	F	%
5	58	38.67%
4	50	33.33%
3	34	22.67%
2	8	5.33%
1	0	0
Total	150	100%

Berdasarkan Tabel 4.4 pada peryataan X.2 label halal harus ada pada kemasan produk Mixue Ice Cream, menunjukkan respon yang positif terhadap keharusan adanya label halal, dengan total 72% responden memberikan respon positif dengan (38.67% sangat setuju dan 33.33% setuju). Hanya 22.67% yang kurang setuju dan 5.33% tidak

setuju, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap label halal merupakan hal yang penting dan harus ada pada kemasan.

- 3) Label halal memberi rasa yakin bahwa bahan baku produk tidak mengandung haram.

Tabel 4.5

Deskripsi hasil penelitian X.3

Jawaban Responden	F	%
5	64	42.67%
4	41	27.33%
3	32	21.33%
2	13	8.67%
1	0	0
Total	150	100%

Berdasarkan Tabel 4.5 pada peryataan X.3 label halal memberi rasa yakin bahwa bahan baku produk tidak mengandung haram. Menunjukkan sebanyak 70% responden percaya bahwa bahan baku yang digunakan Mixue tidak mengandung haram. (42.67% sangat setuju dan 27.33% setuju). Sementara 21.33% kurang setuju dan 8.67% tidak setuju, menandakan bahwa tingginya tingkat kepercayaan konsumen terhadap bahan baku yang digunakan jiminannya halal.

- 4) Selalu menanyakan pada karyawannya tentang kandungan bahan baku dari produk Mixue Ice Cream.

Tabel 4.6
Deskripsi hasil penelitian X.4

Jawaban Responden	F	%
5	28	18.67%
4	52	34.67%
3	53	35.33%
2	17	11.33%
1	0	0
Total	150	100%

Berdasarkan Tabel 4.6 pada peryataan X.4 selalu menanyakan pada karyawannya tentang kandungan bahan baku dari produk Mixue Ice Cream. Menunjukkan hasil yang cenderung merata dengan 53.34% memberikan respon positif (18.67% sangat setuju dan 34.67% setuju), sementara 35.33% kurang setuju dan 11.33% tidak setuju. Hal ini dikarnakan responden percaya dengan kandungan bahan baku dari produk Mixue Ice Cream.

- 5) Label halal membuat rasa percaya saya terhadap produk Mixue.

Tabel 4.7
Deskripsi hasil penelitian X.5

Jawaban Responden	F	%
5	67	44.67%
4	42	28.00%
3	31	20.67%
2	10	6.67%
1	0	0
Total	150	100%

Berdasarkan Tabel 4.7 pada pernyataan X.5 label halal membuat rasa percaya terhadap produk mixue hasil penelitian menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi. Sebanyak 67 responden (44.67%) menyatakan sangat setuju dan 42 responden (28%) menyatakan setuju, menghasilkan total respon positif sebesar 72.67%. Terdapat 31 responden (20.67%) yang menyatakan kurang setuju dan 10 responden (6.67%) tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa label halal berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk Mixue Ice Cream.

b. Deskripsi hasil penelitian Variabel minat konsumen membeli (Y)

- 1) Membeli produk Mixue Ice Cream karena ada label halalnya.

Tabel 4.8

Deskripsi hasil penelitian Y.1

Jawaban Responden	F	%
5	60	40.00%
4	38	25.33%
3	38	25.33%
2	14	9.33%
1	0	0
Total	150	100%

Berdasarkan tabel 4.8 pada pernyataan Y.1 membeli produk Mixue Ice Cream karena ada label halalnya, hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sebanyak 60 responden (40%) menyatakan sangat setuju dan 38 responden (25.33%) menyatakan setuju, menghasilkan total respon positif sebesar 65.33%. Terdapat 38 responden (25.33%) yang menyatakan kurang setuju dan 14 responden

(9.33%) tidak setuju. Data ini hasil data tersebut labeb halal menjadi salah satu faktor penting dalam putusan pembelian konsumen.

- 2) Selalu rutin membeli produk Mixue lebih utama karena rasanya daripada kandungan halalnya.

Tabel 4.9

Deskripsi hasil penelitian Y.2

Jawaban Responden	F	%
5	23	15.33%
4	49	32.67%
3	56	37.33%
2	31	20.67%
1	1	0.67%
Total	160	100%

Berdasarkan tabel 4.9 pada pernyataan Y.2 selalu rutin membeli produk Mixue lebih utama karena rasanya daripada kandungan halalnya", hasil penelitian menunjukkan variasi pendapat. Sebanyak 23 responden (15.33%) menyatakan sangat setuju dan 49 responden (32.67%) menyatakan setuju, menghasilkan total respon positif sebesar 48%. Sementara itu, 56 responden (37.33%) menyatakan kurang setuju, 31 responden (20.67%) tidak setuju, dan 1 responden (0.67%) sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa meskipun rasa penting, banyak konsumen tidak menjadikannya sebagai prioritas utama dibanding aspek halal.

- 3) Lebih memilih membeli produk Mixue daripada produk lain karena rasanya daripada label halalnya.

Tabel 4.10
Deskripsi hasil penelitian Y.3

Jawaban Responden	F	%
5	39	26.00%
4	47	31.33%
3	45	30.00%
2	16	10.67%
1	3	2.00%
Total	150	100%

Berdasarkan tabel 4.10 pada pernyataan Y.3 lebih memilih membeli produk Mixue daripada produk lain karena rasanya daripada label halalnya, hasil penelitian menunjukkan keseimbangan preferensi. Sebanyak 39 responden (26%) menyatakan sangat setuju dan 47 responden (31.33%) menyatakan setuju, menghasilkan total respon positif sebesar 57.33%. Terdapat 45 responden (30%) yang menyatakan kurang setuju, 16 responden (10.67%) tidak setuju, dan 3 responden (2%) sangat tidak setuju. Data ini mengindikasikan bahwa rasa tetap menjadi faktor penting dalam preferensi produk.

- 4) Selalu membeli produk Mixue karena yakin semuanya halal.

Tabel 4.11
Deskripsi hasil penelitian Y.4

Jawaban Responden	F	%
5	45	30.00%
4	44	29.33%
3	44	29.33%
2	13	8.67%

1	4	2.67%
Total	150	100%

Berdasarkan tabel 4.11 pada pernyataan Y.4 selalu membeli produk Mixue karena yakin semuanya halal, hasil penelitian menunjukkan tingkat loyalitas yang cukup tinggi. Sebanyak 45 responden (30%) menyatakan sangat setuju dan 44 responden (29.33%) menyatakan setuju, menghasilkan total respon positif sebesar 59.33%. Terdapat 44 responden (29.33%) yang menyatakan kurang setuju, 13 responden (8.67%) tidak setuju, dan 4 responden (2.67%) sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa keyakinan akan kehalalan produk berkontribusi signifikan terhadap loyalitas konsumen.

5) Yakin produk Mixue benar-benar halal meski tidak ada label halal.

Tabel 4.12
Deskripsi hasil penelitian Y.5

Jawaban Responden	F	%
5	32	21.33%
4	22	14.67%
3	42	28.00%
2	28	18.67%
1	26	17.33%
Total	150	100%

Berdasarkan tabel 4.12 pada pernyataan Y.5 yakin produk Mixue benar-benar halal meski tidak ada label halal", hasil penelitian menunjukkan tingkat keraguan yang signifikan. Hanya 32 responden (21.33%) yang menyatakan sangat setuju dan 22 responden (14.67%) menyatakan setuju, menghasilkan total respon positif sebesar 36%.

Sebanyak 42 responden (28%) menyatakan kurang setuju, 28 responden (18.67%) tidak setuju, dan 26 responden (17.33%) sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa pentingnya label halal dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap status kehalalan produk.

3. Uji Instrumen penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang didapatkan setelah penelitian valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).

1) Uji Validitas Labelisasi Halal (X)

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas X

Hasil Uji Validitas Labelisasi Halal (X)			
No Butir Soal	Rhitung	Rtabel 5% (148)	Kriteria
1	0,703	0,160	Valid
2	0,668	0,160	Valid
3	0,729	0,160	Valid
4	0,556	0,160	Valid
5	0,759	0,160	Valid

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, olah data yang didapatkan peneliti menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid karena memiliki r - hitung $>$ t - tabel yakni (0,703,0,668, 0,729, 0,556 dan 0,759) dengan nilai n adalah 148 pada taraf sig 5%. Oleh sebab itu pernyataan dapat digunakan untuk uji berikutnya dikarenakan nilai r -Hitung lebih besar dari r - Tabel sebesar 0,160.

2) Uji Validitas Minat Konsumen Membeli (Y)

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Y

Hasil Uji Validitas Minat Konsumen Membeli (Y)			
No Butir Soal	Rhitung	Rtabel 5% (148)	Kriteria
1	0,543	0,160	Valid
2	0,565	0,160	Valid
3	0,604	0,160	Valid
4	0,757	0,160	Valid
5	0,684	0,160	Valid

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, olah data yang didapatkan peneliti menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid karena memiliki r - hitung $>$ t - tabel yakni (0,543, 0,565, 0,604, 0,757 dan 0,684) dengan nilai n adalah 148 pada taraf sig 5%. Oleh sebab itu pernyataan dapat digunakan untuk uji berikutnya dikarenakan nilai r -Hitung lebih besar dari r - Tabel sebesar 0,160.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrument penelitian yang digunakan dapat memberikan hasil yang konsisten.

1) Uji Reliabilitas Labelisasi Halal

Hasil uji reliabilitas labelisasi halal dapat dilihat pada tabel 4.15 dibawah ini.

Tabel 4.15
Hasil Uji Realibilitas Variabel X

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Labelisasi Halal (X)	0,772	Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa Variabel Labelisasi Halal membeli dengan Cronbach's Alpha 0,772 dinyatakan reliabel karna **nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,7$** , sehingga semua item pernyataan dalam kuesioner variabel tersebut dapat digunakan untuk uji berikutnya.

2) Uji Realibilitas Minat Konsumen Membeli

Hasil uji reliabilitas minat konsumen membeli dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini.

Tabel 4.16
Hasil Uji Realibilitas Variabel Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat Konsumen Membeli	0,749	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat diliat hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa Variabel Minat Konsumen membeli dengan Cronbach's Alpha 0,772 dinyatakan reliabel karna **nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,7$** , sehingga semua item pernyataan dalam kuesioner variabel tersebut dapat digunakan untuk uji berikutnya.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah data kuantitatif yang diamati berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat dilihat dari tabel 4.17 dibawah ini.

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	2,72300251
Most Extreme Differences	Absolute	0,068
	Positive	0,036
	Negative	-0,068
Test Statistic		0,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,086 ^c
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa uji normalitas yang dinilai hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,86 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan varian residual pada model regresi. Uji ini dilakukan

untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan valid atau tidak hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.2 dibawah.



5. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi

Uji regresi dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana hubungan, korelasi, atau hubungan satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

$$Y = a + BX + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Minat Konsumen Membeli

a = Konstanta

B = Koefisien regresi

X: Labelisasi Halal

ϵ = Eror Term (Variabel Penganggu)

Penyajian hasil uji regresi dapat dilihat pada tabel 4.18 dibawah.

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,158	1,365	3,778	0,000
	Labelisasi Halal	0,647	0,068		

a. Dependent Variable: Minat Konsumen Membeli

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat dilihat persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 5,158 + 0,647X$$

Pada dari persamaan regresi di atas, apabila terjadi penambahan nilai X sebesar 1 poin maka nilai Y akan mengalami peningkatan dikali 1 poin. artinya apabila nilai X (Labelisasi Halal) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka hasil Y (Minat Konsumen Membeli) akan meningkat sebesar 0,647 pada konstanta (a) sebesar 5,158. Kofisien X bernilai positif . Sehingga persamaan menunjukkan labelisasi halal berpengaruh positif terhadap minat konsumen membeli.

b. Uji Statistik T

Uji statistic t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Tabel uji statistik t dapat dilihat pada tabel 4.19 dibawah ini.

Tabel 4.19
Hasil Uji Statistik T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,158	1,365	3,778	0,000
	Labelisasi Halal	0,647	0,068		

a. Dependent Variable: Minat Konsumen Membeli

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini yang tergambar pada tabel 4.19 diperoleh nilai $t_{hitung} = 9,476 > t_{tabel} = 1,976$. Tabel t uji telah dilakukan pada variabel labelisasi halal (X1) dimana $0,005 < 0,05$ ini berarti labelisasi halal (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen membeli (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima karena memperoleh hasil signifikan lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat pengaruh Variabel labelisasi halal terhadap minat konsumen membeli.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu model menerangkan variasi variabel terikat. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.20 dibawah ini.

Tabel 4.20
Hasil Uji R

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,614 ^a	,378	,373	2,732
a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal				
b. Dependent Variable: Minat Konsumen Membeli				

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat diketahui nilai Koefisien R Square sebesar 0,378 atau 37,8%. Artinya variabel labelisasi halal member pengaruh terhadap minat konsumen membeli sebanyak 37,8% sedangkan sisanya sebesar 62,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Penggunaan labelisasi halal pada produk Mixue Ice Cream menunjukkan dampak yang sangat positif, dengan tingkat kepercayaan konsumen yang tinggi mencapai 72.67% terdiri dari 44.67% sangat setuju dan 28% setuju. Hal ini menjadi indikator terkuat yang menunjukkan bahwa label halal berperan vital dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk. Pentingnya keberadaan label halal pada kemasan produk juga dikonfirmasi oleh 72% responden yang memberikan respon positif 38.67% sangat setuju dan 33.33% setuju. Meskipun tingkat kepercayaan terhadap label halal tinggi, 62.66% responden tetap memperhatikan keberadaan label halal saat membeli produk 37.33% sangat setuju dan 25.33% setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tetap memiliki kesadaran untuk memverifikasi keberadaan label halal, meskipun tingkat kepercayaan mereka terhadap produk sudah tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan labelisasi halal pada produk Mixue Ice Cream telah berhasil membangun kepercayaan konsumen dan menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran produk di Kota Makassar. Label halal tidak hanya berfungsi sebagai penanda kehalalan produk, tetapi juga berperan sebagai instrumen yang membangun kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas produk dari sisi kehalalan.
2. Minat beli konsumen terhadap produk Mixue Ice Cream sangat dipengaruhi oleh keberadaan label halal, dengan 65.33% menyatakan membeli produk karena adanya label halal. Dalam hal preferensi konsumen, meskipun rasa produk menjadi pertimbangan penting 57.33% responden memilih Mixue

dibanding produk lain karena rasanya, aspek halal tetap menjadi prioritas utama. Hal ini mengindikasikan bahwa minat beli konsumen terhadap produk Mixue Ice Cream di Kota Makassar sangat dipengaruhi oleh keberadaan label halal. Label halal tidak hanya menjadi faktor penarik minat beli awal, tetapi juga berperan penting dalam membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penggunaan label halal oleh Mixue Ice Cream telah berhasil memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen di Kota Makassar yang mempertimbangkan aspek halal sebagai prioritas dalam keputusan pembelian mereka.

3. Penelitian ini membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara labelisasi halal terhadap minat konsumen membeli produk Mixue Ice Cream di Kota Makassar. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji statistik yang menunjukkan nilai thitung $9,478 > ttabel 1,976$, dengan tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian (H_1) diterima, yang berarti labelisasi halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Lebih lanjut, berdasarkan analisis koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,378 atau 37,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal memberikan kontribusi pengaruh sebesar 37,8% terhadap minat konsumen dalam membeli produk Mixue Ice Cream. Sementara itu, 62,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini.

B. SARAN

Adapun saran dari hasil penelitian yang di lakukan terkait Pengaruh labelisasi halal terhadap minat konsumen membeli produk Mixue Ice Cream di Kota Makassar yakni:

1. Bagi pihak Mixue Ice Cream di Kota Makassar disarankan untuk tetap meningkatkan transparansi mengenai labelisasi halal dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah di akses oleh konsumen. Contoh mencantumkan sertifikasi hala pada setiap gerai atau pun pada kemasan prosuk demi membangun keperayaan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk menyertakan variabel lain untuk memberikan gambaran yang lebih lengkao tentang apa saja faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat konsumen membeli di Mixue Ice Cream di Kota Makassar.



DAFTAR PUSTAKA

- “Al Quran Dan Terjemahnya.” Jakarta: Mumtaaz Media Islam, 2007.
- A, Yusuf Muri. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan.” Jakarta: Kencana, 2014.
- Apriyantono, Anton. “Panduan Belanja Dan Konsumsi Halal,” Hal 68-69. Khairul Bayaan, 2003.
- Bearman, Barry. “Stategi Management,” Hal 340. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Crites, Super. “Perilaku Konsumen,” Hal 4. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. “Kamus Besar Bahasa Indonesia,” Hal 78. Jakarta: Bali Pustaka, 1990.
- Djaali. “Pengukuran Dalam Pendidikan.” Jakarta, 2000.
- Ferdinand. “Metedologi Penelitian Manajemen,” Edisi II., Hal 67. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.
- Ghazali. “Benang Tipis Antara Halal Dan Haram.” Surabaya: Putra Pelajar, 2002.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Hasan. “Maketing Dan Kasus-Kasus Pilihan,” Hal 173. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Hasan, M Iqbal. “Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif),” Hal 84. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Irawan, Swasta. “Manajemen Pemasaran Modern,” Hal 398. Yogyakarta: Liberty,

2006.

- Ismayani, Ade. *Metodologi Penelitian*. Syiah Kuala University Press, 2019.
- Jahja. "Psikologi Perkembangan," 63. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Kinnear, T. L., & Taylor, J. R. "Riset Pemasaran(3rd Ed.)." edited by Erlangga. Jakarta, 1995.
- Kotler, Philip. "Manajemen Pemasaran," Hal 9. Jakarta: Indeks, 2009.
- Lainufar, Inas Rifqia. "Ini Lirik Lagu MIXUE Dan Artinya, Jingle Gerai Es Krim Yang Viral TikTok!" iNews.Id, 2023.
- Larassit, Vivin Rizky. "Analisis Tingkat Kepentingan Labelisasi Halal Terhadap ProdukProduk Konsumsi Bagi Masyarakat Msulim Di Kawasan Medan," 2013, Hal 74.
- Martono, Nanang. "Metode Penelitian Kuantitatif," Hal 136. Jakarta pers, 2014.
- masvian. "Makna Logo Mixue," 2023.
- Miru, Ahmidi. "Hukum Perlindungan Konsumen," Hal 77-79. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007.
- Naresh K. Malhotra. "Riset Pemasaran Pendekatan Terapi," Hal 46. PT. Indeks, 2009.
- Nugroho, Bhuono Agung. "Strategi Jitu: Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPPS," Hal 43. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Nugroho, Untung. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung, 2018.
- Nurdin, Sahidillah, and Pika Nilam Cahya Setiani. "Penggunaan Label Halal Dan

- Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Masyarakat Kota Bandung).” *Jurnal Sain Manajemen* 3, no. 2 (2021): 113.
- Putra, M Ade Septiawan. “Kewenangan LPPOM MUI Dalam Penentuan Sertifikasi Halal Pasca Berlakunya Uu No. 33 Tahun 2014,” 2015.
- Qardhawi, Yusuf. “Halal Haram Dalam Islam,” Hal 72. Surakarta: Era Intermedia, 2000.
- Rangkuti. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan (Snack Merek Chitato) Pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.” Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, 2010.
- Republik Indonesia. “Undang-Undang RI No 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Pasal 3.” Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- S.R. Widati. “Strategi Media Komunikasi LPPOM MUI Dlam Sosialisasi Dan Promosi Produk Halal Di Indonesia.” *Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial* 2 (2013): Hal 36.
- Sanjaya, Wina. “Penelitian Pendidikan Jenis, Metode, Dan Prosedur,” Hal 255. Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2013.
- Sinaga, Anggiat. “Prsopek Industri Parawisata Sulse: Potensi Dan Tantangan Dalam Meningkatkan Sektor Parawisata Di Sulsel, Tribun Timur 3 Desember 2017,” 2018.
- Sinamora, Henry. “Manajemen Pemasaran Internasional,” Hal 502. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Siregar, Syofian. “Metode Penelitian Kuantitatif, Perhitungan Manual Dan SPSS,” Hal 19. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2013.

Suarwan, Ujang. "Perilaku Konsumen: Toeri Dan Penerapannya DalamPemasaran," Hal 57. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.

Sugiyono. "Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D," Hal 120. Bandung: alfabeta, 2014.

Sukmadinata, Syaodih. "Metode Penelitian Kuantitatif," Hal 132. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2005.

Supranto, J. *Statistik Teori Dan Aplikasi*. 7th ed. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.

Suriyani dan Hendrayani. "Metode Riset Kuantitatif:Teoridan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam," Hal 132. Jakarta: Kencana, 2015.

Suryabrata, Sumardi. "Metodologi Penelitian," Hal 54. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

Tiro, Muhammad Arif. "Dasar-Dasar Statistika." *Universitas Negeri Makassar*, 2008, Hal 4.

Wijayanthi, Ida Ayu Trisna, and Ni Luh Kartika Dewi Dewi. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toosi Coffee Di Berawa Badung Bali." *Jurnal Economina* 1, no. 3 (2022): 456.

Wikipedia. "Mixue Ice Cream & Tea." 24 Oktober, 2024.

Yakub, Ali Mustafa. "Kriteria Halal Haram: Untuk Pangan, Obat Dan Kosmetik Menurut AlQuran Dan Hadits," Hal 256. Jakarta: PT. Pustaka Firdaus, 2009.

L

A



N

Lampiran 1: Kesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Bapak/Ibu/Sdr/i yang saya hormati, saya Siti Nabila mahasiswa Fakultas Agama Islam Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah (UNISMUH) Makassar sedang melakukan penelitian. Penelitian yang saya lakukan berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Cream Kota Makassar”. Penelitian ini merupakan rancangan dalam pembuatan skripsi.

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi angket ini. Saya berharap Bapak/Ibu/Sdr/i menjawab dengan leluasa, sesuai dengan apa yang Bapak/Ibu/Sdr/i rasakan, lakukan dan alami, bukan apa yang seharusnya atau ideal. Bapak/Ibu/Sdr/i diharapkan menjawab dengan jujur dan terbuka, sebab tidak ada jawaban yang benar atau salah. Sesuai dengan kode etik penelitian, saya menjamin kerahasiaan semua data. Kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i mengisi angket ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya. Akhirnya, saya sampaikan terima kasih atas kerjasamanya.

Selamat bekerja dan semoga sukses !

Petunjuk Pengisian

Bapak/Ibu/Sdr/i sesuai dengan yang Bapak/Ibu/Sdr/i ketahui, berilah penilaian terhadap diri Anda sendiri dengan jujur dan apa adanya berdasarkan pertanyaan dibawah ini dengan cara memberi tanda checklist (✓) salah satu dari lima kolom, dengan keterangan sebagai berikut:

SS	S	N	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden

Nama :
 Jenis Kelamin : a. Laki-laki (....) b. Perempuan (....)
 Usia :
 Pekerjaan :

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	VARIABEL LABELISASI HALAL					
1	Pada saat saya membeli produk Mixue Ice Cream, saya memperhatikan adanya label Halal					
2	Bagi saya label halal harus ada pada kemasan produk Mixue ice cream					
3	Bagi saya label halal memberi rasa yakin bahwa bahan baku produk tidak mengandung haram					
4	Saya selalu menanyakan pada karyawannya tentang kandungan bahan baku dari produk Mixue ice cream					
5	Label halal membuat rasa percaya saya terhadap produk Mixue ice cream					
	VARIABEL MINAT KONSUMEN MEMBELI					
1	Saya membeli produk Mixue ice cream karena ada label halalnya					
2	Saya selalu rutin membeli produk Mixue ice cream karena rasanya dari pada kandungan halalnya					
3	Saya lebih memilih membeli Produk Mixue ice cream daripada produk lain karena rasanya dari pada label halalnya					

4	Saya akan selalu membeli produk Mixue ice cream karena yakin semuanya halal					
5	Saya yakin produk Mixue ice cream benar benar halal meski tidak ada label halal					



Lampiran 2: Data Responden

Labelisasi Halal

X. 1	X. 2	X. 3	X. 4	X. 5	Total X
4	5	4	3	4	20
5	4	5	4	5	23
3	5	5	4	4	21
3	3	4	2	4	16
4	3	4	3	3	17
3	4	3	3	4	17
3	4	2	2	3	14
2	2	3	2	3	12
5	4	4	5	5	23
3	3	2	4	3	15
2	4	2	3	3	14
4	2	2	3	2	13
3	2	4	4	4	17
5	4	2	3	3	17
3	2	4	3	3	15
4	5	3	3	2	17
2	3	4	3	2	14
4	3	2	3	3	15
4	3	5	4	3	19
3	3	5	5	3	19
4	3	3	4	3	17
3	3	2	4	3	15
4	4	4	5	5	22
5	4	3	4	5	21
3	3	2	3	4	15
2	2	3	3	4	14
4	5	5	4	3	21
5	3	4	5	4	21
4	3	3	2	5	17
4	4	4	3	3	18
3	4	3	3	4	17
3	3	3	4	4	17
5	3	2	3	3	16
3	4	4	4	3	18
2	3	3	2	5	15
5	4	4	3	4	20
2	3	4	3	2	14
4	3	3	3	3	16
5	5	3	3	3	19
2	4	3	2	2	13
5	4	5	3	4	21
3	4	3	2	3	15
3	4	2	3	5	17
5	4	4	3	4	20
5	5	4	4	3	21
5	4	3	2	5	13

2	4	5	2	2	15
4	4	5	3	4	20
3	4	5	3	4	19
2	3	2	3	4	14
2	5	3	4	2	16
5	4	4	5	5	23
4	4	3	4	4	19
4	5	4	5	5	23
3	3	4	3	3	16
3	4	4	4	3	18
5	4	4	5	4	22
4	3	4	4	5	20
5	5	5	4	4	23
5	3	5	4	5	22
5	2	3	4	5	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
4	5	5	4	5	23
4	4	5	3	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	4	5	2	5	21
5	3	4	3	4	19
5	5	5	3	5	23
3	2	3	4	4	16
3	5	5	3	5	21
4	5	5	4	5	23
5	5	4	3	4	21
5	5	5	4	5	24
3	3	4	2	2	14
3	5	5	3	5	21
5	5	5	5	5	25
3	4	3	4	3	17
5	5	5	2	5	22
5	5	5	3	5	23
5	3	3	4	5	20
4	5	5	2	5	21
5	3	4	3	3	18
4	5	5	3	4	21
3	5	5	3	5	21
4	5	5	5	4	23
3	5	5	3	5	21
4	5	5	4	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	4	22
5	5	4	5	4	23
3	5	5	5	5	23
3	4	5	5	4	21
5	4	3	2	4	18

4	4	5	3	4	20
4	5	4	3	4	20
3	4	3	4	3	17
4	5	5	5	5	24
3	4	4	4	3	19
2	3	2	4	2	13
2	4	3	4	2	15
4	3	4	4	4	20
4	4	4	5	5	23
3	2	4	3	5	17
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	20
3	5	3	4	4	20
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
3	4	5	4	3	19
5	5	5	3	5	23
5	5	5	2	5	22
5	5	5	3	5	23
5	3	3	4	5	20
4	5	5	2	5	21
5	5	5	3	5	21
5	5	5	5	5	25
3	4	3	4	3	17
4	4	4	5	5	23
3	5	3	3	4	18
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	3	4	21
3	5	3	3	4	21
5	4	3	2	4	18

Minat Beli Konsumen

Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Total Y
5	4	3	4	2	18
5	3	3	4	3	18
5	3	2	4	2	16
5	3	4	3	1	16
2	3	4	2	3	14
3	4	3	4	3	17
4	3	3	3	3	16
2	4	3	4	3	16
4	4	5	5	4	22
3	3	2	2	1	11
2	3	3	3	2	13
2	4	3	3	3	15
3	3	3	2	2	13
2	5	5	1	1	14
3	3	5	5	2	18
5	3	4	3	1	16
3	2	4	3	1	13
2	3	2	3	4	14
3	4	5	3	1	16
2	2	3	3	2	12
2	2	5	4	5	18
2	2	2	1	1	8
5	5	5	4	2	21
5	5	5	4	4	23
5	4	3	3	1	16
5	4	2	2	1	14
4	3	5	3	4	19
5	3	4	5	2	19
5	2	3	2	1	13
4	3	3	5	5	20
3	4	2	4	4	17
4	4	4	5	5	22
3	3	2	3	3	14
4	4	3	3	4	18
3	2	1	1	1	8
4	4	3	3	5	19
4	4	3	2	1	14
3	2	2	2	1	10
3	5	4	3	1	16
2	3	4	3	3	15
5	4	5	3	2	19
3	3	3	3	1	13
3	4	3	5	1	16
4	3	3	3	1	14
5	3	5	2	1	16
4	3	3	3	3	16
5	4	4	4	4	21
5	3	4	3	1	16
3	2	3	1	1	10

3	4	5	2	2	16
3	4	3	3	3	16
3	5	4	3	3	18
3	2	2	3	5	15
2	3	3	4	2	14
4	4	5	4	4	21
3	4	4	5	5	21
4	3	3	4	5	19
3	4	4	3	3	17
3	4	4	5	5	21
3	3	4	5	5	20
4	2	2	3	3	14
4	5	2	4	4	19
5	2	2	5	3	17
5	4	5	4	2	20
5	3	4	5	5	22
5	3	3	5	3	19
4	3	4	5	2	18
4	3	4	5	2	18
5	5	5	5	2	22
5	4	2	4	3	18
5	4	5	5	5	24
4	1	1	2	2	10
3	3	4	5	1	16
4	4	4	3	3	18
5	4	4	4	3	20
5	5	5	5	1	21
4	3	3	4	4	18
5	3	5	5	5	23
4	4	4	5	4	21
4	4	1	5	3	17
3	5	4	5	3	20
3	3	3	4	2	15
2	3	3	2	2	12
5	2	4	4	5	20
5	2	2	4	2	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	3	4	4	20
5	4	4	4	2	19
5	5	5	5	5	25
5	3	3	3	2	16
3	4	4	4	4	19
5	3	4	2	1	15
3	5	4	5	3	20
5	3	3	5	5	21
4	3	4	4	4	19
4	3	3	4	3	17
5	2	3	5	4	19
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	5	23
4	3	3	4	4	18
4	4	4	5	2	19

4	4	3	4	3	18
2	4	5	5	5	21
3	2	3	3	2	13
5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	3	17
4	4	3	4	4	19
3	3	5	2	3	16
3	2	4	3	2	14
3	3	4	4	4	18
5	4	4	4	5	22
4	5	4	4	3	20
4	3	4	5	2	18
3	4	5	3	3	18
4	4	3	3	4	18
5	5	5	4	4	23
3	2	4	5	3	17
5	3	4	3	2	17
3	4	3	5	5	20
4	4	4	3	3	18
4	3	5	3	2	17
5	3	4	5	3	20
5	3	4	3	5	20
5	3	5	3	1	17
4	4	5	4	3	20
5	2	3	3	4	17
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	1	18
5	4	2	4	1	16
2	2	4	3	3	14
3	5	5	3	4	20
5	4	4	4	3	20
3	4	2	3	5	17
5	3	5	5	3	21
5	3	4	5	5	22
4	5	3	4	3	19
5	5	5	4	5	24
4	5	4	3	3	19
5	3	5	4	5	22
5	2	3	5	5	20
5	4	5	5	5	24
5	3	5	5	5	23
5	5	3	5	3	21
4	3	4	5	3	19
5	3	5	5	3	21
5	3	4	4	3	19
3	4	3	4	5	19
5	3	5	5	3	21
5	2	5	4	2	18

Lampiran 3: Surat Penelitian



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail. lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 5164/05/C.4-VIII/X/1446/2024
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
 Hal : Permohonan Izin Penelitian
 Kepada Yth,
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
 di –

23 October 2024 M
20 Rabiul Akhir 1446

Makassar
آنسٰ لِكٰرٰي عَلٰيٰ حُكْمٰ وَرَحْمٰةٰ لِّهٗ وَبَرَكٰتٰهٗ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 1096/FAI/05/A.5-II/IX/1446/2024 tanggal 21 September 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SITI NABILA
 No. Stambuk : 10525 1108821
 Fakultas : Fakultas Agama Islam
 Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT KONSUMEN MEMBELI PRODUK ICE CREAM DI STORE MIXUE ICE CREAM KOTA MAKASSAR"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 28 Oktober 2024 s/d 28 Desember 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.
 Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullah khaeran

Ketua LP3M,
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
 Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd.
 NBM-1127761



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id

Makassar 90231

Nomor : 32463/S.01/PTSP/2024
 Lampiran : -
 Perihal : Izin penelitian

Kepada Yth.
 Walikota Makassar

di-
 Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 5164/05/C.4-VIII/XII/1446/2024 tanggal 23 Oktober 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : SITI NABILA
 Nomor Pokok : 105251108821
 Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
 Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT KONSUMEN MEMBELI PRODUK MIXUE ICE CREAM DI KOTA MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 24 Desember 2024 s/d 31 Januari 2025

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan kelentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada Tanggal 24 Desember 2024

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
 SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
 Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
 Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. Pertinggal.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rezky Ramadani

Jabatan : SPV Store Mixue Ice Cream

No. Telp : 0859-6424-9396

Menyatakan bahwa mahasiswa yang Bernama dibawah ini :

Nama : Siti Nabilah

NIM : 105251108821

Fakultas/Jurusan : Agama Islam/ Hukum Ekonomi Syariah

Judul : "PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT KONSUMEN MEMBELI MIXUE ICE CREAM KOTA MAKASSAR"

Benar telah melakukan penelitian pada Mixue Ice Cream mulai dari tgl 01 Desember 2024 s/d tgl 30 Desember 2024.

Demikian surat pernyataan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 20 Januari 2025

SPV Mixue Ice Cream



Rezky Ramadani

Lampiran 4: Dokumentasi Penelitian

Lampiran 5: Surat Keterangan Bebas Plagiat



BAB I

Siti Nabila 105251108821 Bab I



BAB II

Siti Nabila 105251108821 Bab II

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX INTERNET SOURCES

LULUS

86%

PRIMARY SOURCES

turnitin

6%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

1 Submitted to 81705

Student Paper

1%

2 ejournal.uinib.ac.id

Internet Source

1%

3 adoc.pub

Internet Source

1%

4 Submitted to UPN Veteran Jakarta

Student Paper

1%

5 Ahmad Dhea Satria. "MAKANAN HALAL

PERSPEKTIF MAJLIS ULAMA INDONESIA (MUI)

DI KOTA PALANGKA RAYA", Profetika: Jurnal

Studi Islam, 2021

Publication

1%

6 Submitted to unars

Student Paper

1%

7 wanssihabuddin.wordpress.com

Internet Source

1%

8 Tutik Nurul Janah. "UPAYA PERLINDUNGAN

KONSUMEN MUSLIM DAN NON-MUSLIM

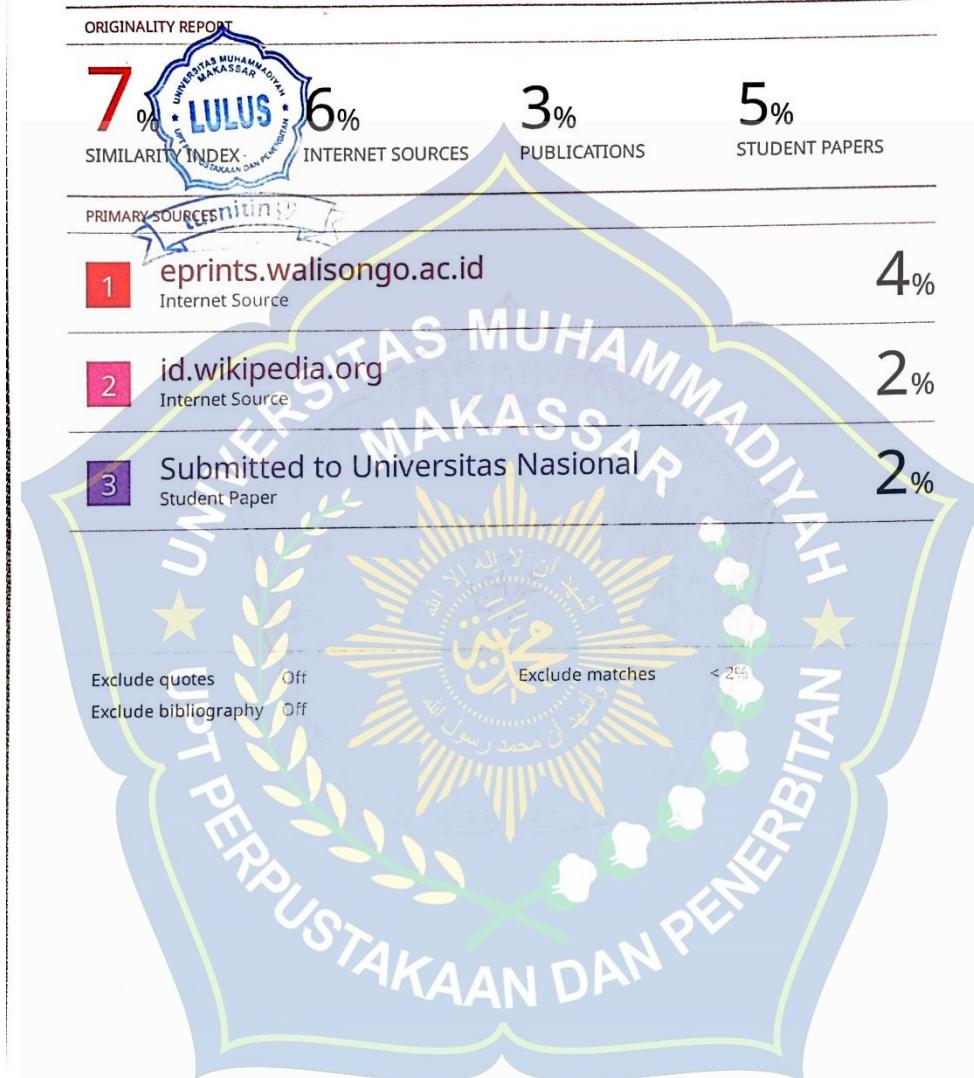
<1%

BAB III



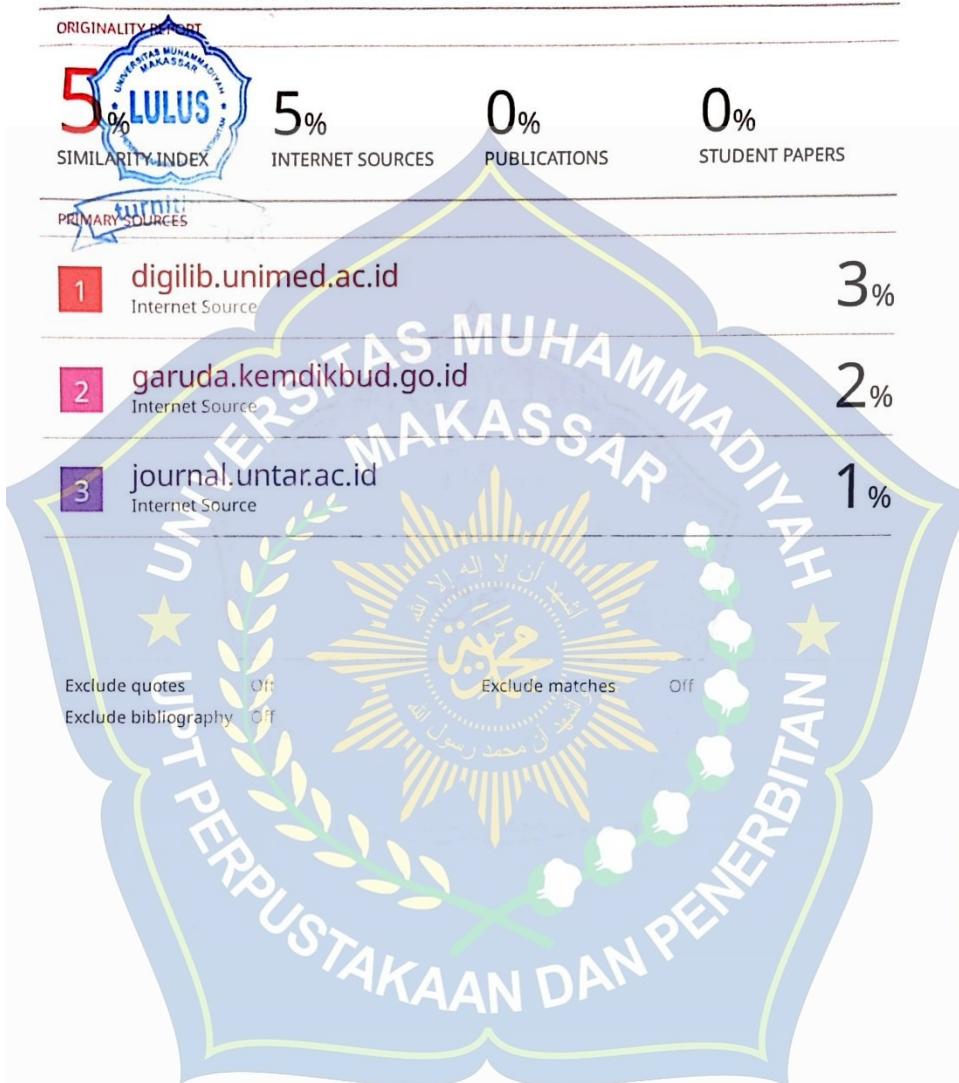
BAB IV

Siti Nabilah 105251108821 Bab IV



BAB V

Siti Nabila 105251108821 Bab V





Letter of Acceptance

Siti Nabila, dkk.

No. Artikel: 01.001/ Al-Iqtishad/II/2025
Tanggal Diterima: 11 Februari 2025

Al-Iqtishad:
Jurnal Kajian Ekonomi Syariah

Kepada Yth.

Sdr. Siti Nabila¹, Hurriah Ali Hasan², Saidin Mansyur³

¹²³ Universitas Muhammadiyah Makassar

Jl. Sultan Alauddin No.259, Gn. Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90221

Dengan ini, kami pengelola Al-Iqtishad: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah menyampaikan bahwa naskah artikel dengan judul:

“Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Cream Kota Makassar”

telah memenuhi kriteria publikasi di Al-Iqtishad: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah dan dapat kami **“terima”** sebagai bahan naskah untuk penerbitan jurnal pada **Volume 01 Nomor 01 Edisi Februari 2025**.

Untuk menghindari adanya duplikasi terbitan dan pelanggaran etika publikasi ilmiah terbitan berkala, kami berharap agar naskah/artikel tersebut tidak dikirimkan dan dipublikasikan ke penerbit/jurnal lain.

Demikian surat ini disampaikan, atas partisipasi dan kerja samanya, kami ucapan terima kasih.

Makassar,

12 Sya'ban 1446 H

11 Februari 2025 M

Editor In Chief


Jasri, S.E.Sy., M.E.

NIDN. 0906129201

RIWAYAT HIDUP



Siti Nabila, Lahir di Makassar, pada 05 Februari 2001, Putri Kedua dari pasangan Bapak Arfan Adam dan Ibu Satriati Limpo. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Inpres Perumnas 3 dan selesai pada tahun 2012, Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 13 Makassar dan tamat pada tahun 2015.

Pada tahun yang sama, melanjutkan studi di SMK Negeri 6 Makassar dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya pada tahun 2021 penulis melanjutkan pendidikannya Strata Satu (S1) di Universitas Muhammadiyah Makassar, Fakultas Agama Islam dengan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dan memperoleh NIM. 105251108821 di tahun 2021.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah magang di Pengadilan Tinggi Agama Jakarta Pusat. Tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan menuliskan skripsi yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mixue Ice Cream Kota Makassar”.

Demikian daftar Riwayat hidup penulis untuk sekedar diketahui.

Terimakasih.

Siti Nabila

105251108821