

# PENGARUH LABEL HALAL KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL AINIQUA (Studi Pada Konsumen Di 212 Mart Garuda)

*The Halal Label Product Quality And Price On The Decision To Purchase Ainiqua Mineral Water  
(Study on Consumers at 212 Garuda Mart)*

**Nur Hanifah<sup>1</sup>, Muhammad Ridwan<sup>2</sup>,**

<sup>1</sup>Prodi Ekonomi Syari'ah, Universitas Potensi Utama

<sup>2</sup>Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama

Universitas Potensi Utama, K.L. Yos Sudarso KM 6,5 No. 3A Tj. Mulia - Medan

Email : [hanifahh749@gmail.com](mailto:hanifahh749@gmail.com), [muhammadridwan.sei@gmail.com](mailto:muhammadridwan.sei@gmail.com)

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan label halal kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian air mineral Ainiqua pada konsumen di 212 Mart Garuda. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis dengan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden dengan ketentuan hanya konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi air mineral Ainiqua. Data yang digunakan adalah data primer yang di dapat secara langsung melalui kuisisioner konsumen di 212 Mart Garuda . Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian air mineral ainiqua. Hasil yang diperoleh dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah R square 0,679. Hal tersebut berarti 67,9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh label halal, kualitas produk dan harga. Sedangkan sisanya 32,1% dijelaskan oleh variabel lain.*

**Kata Kunci :** Label Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine how the partial and simultaneous effect of the halal label on product quality and price on the decision to purchase Ainiqua mineral water for consumers at 212 Mart Garuda. This research is a quantitative research. The analytical method used in this research is instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing with partial test (t test), simultaneous test (F test) and coefficient of determination ( $R^2$ ). To determine the sample taken using non random sampling with this type of sampling using a quota sample. The sample in this study were 75 respondents provided that only consumers had bought and consumed Ainiqua mineral water. The results showed that halal label, product quality and price had a partial and simultaneous effect on the decision to purchase ainiqua mineral water. The results obtained from the coefficient of determination test ( $R^2$ ) are R square 0.679. This means that 67.9% of the purchase decision are influenced by halal label, product quality and price. While the remaining 32.1% is influenced by other variables.*

**Keywords:** Halal Label, Product Quality, Price, Purchase Decision.

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Oleh karena itu umat Islam diperintahkan untuk hanya mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal dan *thayyib* (baik dan menyehatkan).<sup>1</sup> Hal ini mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk untuk dikonsumsi. Cara termudah dalam memilih produk halal adalah dengan melihat apakah terdapat label atau logo halal pada kemasannya.

Konsumsi makanan halal sangat erat kaitannya dengan masalah iman dan taqwa. Adapun dasar hukum Al-Qur'an yang digunakan untuk menjelaskan tentang produk halal diantaranya :

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

“Dan dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagian rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya.” (QS. Al-Maidah : 88).<sup>2</sup> Tafsir dalam ayat ini dijelaskan dalam tafsir Jalalain yaitu (Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah rezekikan kepadamu) sebagai maf'ul/obyek jar dan majrur yang sebelumnya menjadi hal yang berkaitan dengan maf'ul itu (dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya).<sup>3</sup>

Selain label halal, kualitas produk juga menjadi salah satu faktor konsumen mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki peran penting terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, sebab kualitas produk yang baik membawa dampak yang baik untuk perusahaan. Islam menganjurkan agar konsumen mengkonsumsi produk yang berkualitas, sebagaimana firman Allah subhanu wa ta'alla dalam QS. Al-Baqarah ayat 168 berikut ini.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”<sup>4</sup>

Selain label halal dan kualitas produk, harga yang kompetitif merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap proses terwujudnya sikap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Manusia membutuhkan air untuk minum sebagai keberlangsungan hidup dengan presentase kebutuhan 800-2000ml/hari sesuai dengan usia. Melihat banyaknya kebutuhan akan air minum tersebut, untuk memudahkan mengkonsumsinya, penggunaan produk air minum dalam kemasan (AMDK) menjadi salah satu solusi untuk masyarakat di era sekarang ini.

Ainiqua merupakan salah satu merek AMDK yang ikut meramaikan pasar, serta merupakan salah satu produk yang dijual di 212 Mart Garuda dan menjadi produk pilihan dalam keputusan pembelian konsumen dibanding dengan produk air minum dalam kemasan merek lainnya seperti produk Le Mineral dan Cleo yang juga di jual di 212 Mart Garuda. Namun Ainiqua menjadi produk dengan penjualan terbanyak dibanding dengan merek lainnya, meskipun harganya sama. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

<sup>1</sup> Luki Nugroho, (*Tidak ada label halal MUI: Haram?*). Lentera Islam, h. 1.

<sup>2</sup> Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 88, *Al Quran dan terjemahan*, Departemen Agama RI (Bandung : Diponegoro, 2010), h. 112.

<sup>3</sup> Jalaluddin Al-Mahalli & Jalaluddin As-Suyuthi, *Tafsir Jalalain*, (tt. : Ummul Quro, 2018) h. 73

<sup>4</sup> Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 168, *Op. cit*, h. 25.

Tabel 1. Laporan Penjualan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)  
212 Mart Garuda Tahun 2020

Laporan Penjualan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) 212 Mart Garuda Tahun 2020						
Periode	Merek	Jenis Produk				
		220ml (kotak)	330ml (botol)	600ml (botol)	1500ml (botol)	Galon isi ulang
April	Ainiqua	137	3.108	828	87	305
	Le Mineral	-	3	55	90	-
	Cleo	2	-	8	14	-
Mei	Ainiqua	87	2.865	338	113	258
	Le Mineral	-	5	78	68	-
	Cleo	10	-	6	23	-
Juni	Ainiqua	37	348	1.003	88	215
	Le Mineral	-	15	55	77	-
	Cleo	5	-	2	17	-

Dapat dilihat bahwa jumlah pembelian terbanyak ada pada produk Ainiqua. Konsumen lebih memilih produk Ainiqua dari pada produk lainnya seperti Le Mineral dan Cleo dengan perbandingan jumlah penjualan yang cukup signifikan.

Berdasarkan pemikiran dan latar belakang tersebut, peneliti ingin mencari tahu lebih dalam bagaimana konsumen mengambil keputusan saat melakukan pembelian air mineral Ainiqua untuk memenuhi kebutuhannya.

## 2. METODE PENELITIAN

### A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai pada bulan September 2020 (15 hari). Penelitian ini akan dilakukan pada konsumen di 212 Mart Garuda yang berlokasi di Jalan Garuda No. 39, Sei Kambing B Kec. Medan Sunggal, Kota Medan.

### B. Jenis Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan dalam peneliti ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah suatu pernyataan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>5</sup>

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang berisi tentang obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>6</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di 212 Mart Garuda, yang pernah membeli dan mengkonsumsi air mineral Ainiqua sebanyak 300 orang.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : CV Alfabeta, 2012), h. 55.

<sup>6</sup> *Ibid.* h. 115.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut untuk diteliti.<sup>7</sup> Karena populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti mengambil 75 orang sebagai sampel dengan menggunakan rumus slovin.

### D. Instrumen Pengumpulan Data

Adapun instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab.<sup>8</sup> Angket digunakan untuk memperoleh informasi tentang pertanyaan yang mengungkapkan harapan. Penulis menggunakan skala ukur likert. Dalam hal ini, kuesioner diberikan dan diisi langsung oleh konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi air mineral Ainiqua di 212 Mart Garuda.

### E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan dapat diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>9</sup> Teknik yang digunakan untuk mengukur validitas pertanyaan/pernyataan kuesioner adalah Korelasi Product Moment dari Karl Pearson dengan rumus :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

n = Banyaknya Pasangan data X dan Y

$\sum x$  = Total Jumlah dari Variabel X

$\sum y$  = Total Jumlah dari Variabel Y

$\sum x^2$  = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum y^2$  = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum xy$  = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

Adapun dibawah ini hasil pengujian Validitas Instrumen menggunakan SPSS 20 sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)

Item	Rhitung	Rtabel	Sig	Ket
Y.1	622	0,230	0,000	Valid
Y.2	534	0,230	0,000	Valid
Y.3	699	0,230	0,000	Valid
Y.4	405	0,230	0,000	Valid
Y.5	575	0,230	0,000	Valid
Y.6	612	0,230	0,000	Valid
Y.7	579	0,230	0,000	Valid
Y.8	647	0,230	0,000	Valid

<sup>7</sup>*Ibid.* h. 116.

<sup>8</sup>Slamet Rianto & Anglis Anhita Hatmawan, *Op. cit.* h. 28-29.

<sup>9</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), Edisi VII, h. 52.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Label Halal (X<sub>1</sub>)

Item	Rhitung	Rtabel	Sig	Ket
X.1	850	0,230	0,000	Valid
X.2	785	0,230	0,000	Valid
X.3	875	0,230	0,000	Valid
X.4	832	0,230	0,000	Valid
X.5	598	0,230	0,000	Valid
X.6	724	0,230	0,000	Valid
X.7	814	0,230	0,000	Valid
X.8	881	0,230	0,000	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

Item	Rhitung	Rtabel	Sig	Ket
X.1	622	0,230	0,000	Valid
X.2	534	0,230	0,000	Valid
X.3	699	0,230	0,000	Valid
X.4	405	0,230	0,000	Valid
X.5	575	0,230	0,000	Valid
X.6	612	0,230	0,000	Valid
X.7	579	0,230	0,000	Valid
X.8	647	0,230	0,000	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X<sub>3</sub>)

Item	Rhitung	Rtabel	Sig	Ket
X.1	792	0,230	0,000	Valid
X.2	833	0,230	0,000	Valid
X.3	792	0,230	0,000	Valid
X.4	838	0,230	0,000	Valid
X.5	427	0,230	0,000	Valid
X.6	660	0,230	0,000	Valid
X.7	449	0,230	0,000	Valid
X.8	490	0,230	0,000	Valid

Berdasarkan tabel di atas ditemukan bahwa seluruh pernyataan pada variabel label halal, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian memiliki nilai R-hitung > R-tabel yang dinyatakan seluruh pernyataan valid maka pernyataan dianggap layak sebagai penelitian dan dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>10</sup> Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0,60 dan sebaliknya dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,60.<sup>11</sup> untuk

<sup>10</sup> Imam Ghazali, *Op. cit.*, h. 47.

<sup>11</sup> Imam Ghazali, *Op. cit.*, h. 78.

mengetahui apakah alat ukur tersebut reliabel atau tidak atau dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas alpha

$k$  = jumlah item pertanyaan

$b \sigma^2 \sum$  = jumlah varian butir

$t \sigma^2$  = varians total.

Adapun dibawah ini hasil pengujian Reliabilitas Instrumen menggunakan SPSS 20 sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	N of Items
Keputusan Pembelian	0,723	8
Label Halal	0,916	8
Kualitas Produk	0,621	8
Harga	0,814	8

Berdasarkan tabel di atas ditemukan bahwa pada variabel utama yaitu label halal, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian memiliki nilai *Cronbach's Alpha If Item Deleted* > 0,60 yang dinyatakan reliabel maka jawaban responden dianggap layak sebagai penelitian dan dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskriptif Data

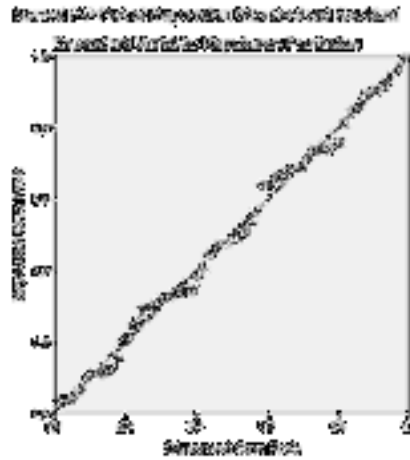
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian air mineral Ainiqua pada konsumen di 212 Mart Garuda. Subjek penelitian ini adalah konsumen 212 Mart Garuda yang berjumlah 75 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang diperoleh dengan cara menyebar kuesioner yang terdiri dari 32 pertanyaan yang setiap variabelnya memiliki 8 pertanyaan, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 skala sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Skala Jawaban

Simbol	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas : dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga data dalam regresi penelitian ini cenderung normal.

- b. Uji Multikolinearitas

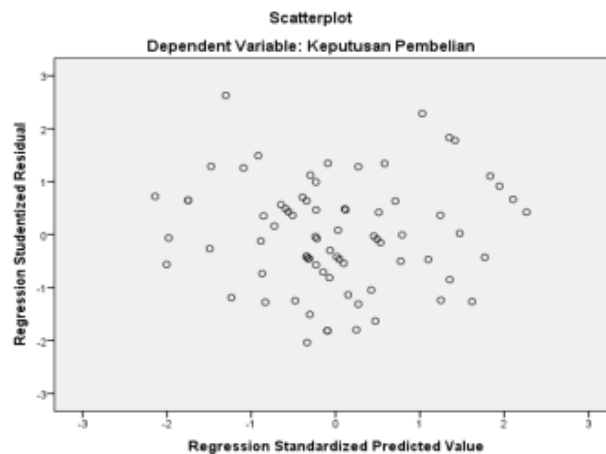
Tabel 8. Uji Moltikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3,959	2,497		3,585	,000		
1 Label Halal	,182	,060	,237	3,052	,003	,720	1,389
Kualitas Produk	,229	,104	,204	2,209	,000	,508	1,970
Harga	,476	,087	,524	5,475	,000	,473	2,114

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil uji multikolinearitas : dari hasil perhitungan diatas pada tabel hasil uji multikolinearitas dimana variabel bebas menunjukkan nilai VIF sama dengan 1,389 (Label Halal), 1,970 (Kualitas Produk), 2,114 (Harga) dan terbukti bahwa nilai tersebut diatas 0,1 dan lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bebas dari multikolinearitas.

## c. Uji Heterokedastisitas



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Dari gambar diatas dapat dilihat titik titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi. Sehingga regresi dapat dipakai untuk variabel independen.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Analisis Regresi linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,959	2,497		3,585	,000
	Label Halal	,182	,060	,237	3,052	,003
	Kualitas Produk	,229	,104	,204	2,209	,030
	Harga	,476	,087	,524	5,475	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari model regresi diatas, maka persamaannya  $Y = 3.959 + 182 X_1 + 229X_2 + 476X_3$ .

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa :

- Jika Label halal, Kualitas produk dan harga diasumsikan sama dengan nol (0), maka keputusan pembelian bernilai 3.959.
- Apabila label halal dinaikkan 100% maka diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,182 atau 18,2% dengan asumsi variabel lain tidak akan mengalami perubahan.
- Apabila kualitas produk dinaikkan 100% maka diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,229 atau 22,9% dengan asumsi variabel lain tidak akan mengalami perubahan.
- Apabila harga dinaikkan 100% maka diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,476 atau 47,6% dengan asumsi variabel lain tidak akan mengalami perubahan.



## 3. Uji Hipotesis

## a. Uji Parsial (Uji - t)

1) Pengaruh label halal ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelianTabel 10. Uji - t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,959	2,497		3,585	,000
Label Halal	,182	,060	,237	3,052	,003
Kualitas Produk	,229	,104	,204	2,209	,000
Harga	,476	,087	,524	5,475	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Jika Sig. &gt; 0,05 maka Ho diterima

Jika Sig. &lt; 0,05 maka Ho ditolak

Dari tabel tersebut dapat dilihat mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian diperoleh  $t_{\text{hitung}} 3.052 > t_{\text{tabel}} 1.994$  dengan probabilitas sig  $0,003 < 0,005$  hal tersebut menunjukkan bahwa Ho ditolak Ha diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa label halal ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) serta adanya pengaruh signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian pada air mineral Ainiqua di 212 Mart Garuda.

2) Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan PembelianTabel 11. Uji - t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,959	2,497		3,585	,000
Label Halal	,182	,060	,237	3,052	,003
Kualitas Produk	,229	,104	,204	2,209	,000
Harga	,476	,087	,524	5,475	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Jika Sig. &gt; 0,05 maka Ho diterima

Jika Sig. &lt; 0,05 maka Ho ditolak

Dari tabel diatas dapat dilihat mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian diperoleh  $t_{\text{hitung}} 2.209 > t_{\text{tabel}} 1.994$  dengan probabilitas sig  $0,000 < 0,005$  hal tersebut menunjukkan bahwa Ho ditolak Ha diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) serta adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada air mineral Ainiqua di 212 Mart Garuda.

3) Pengaruh Harga ( $X_3$ ) terhadap Keputusan PembelianTabel 12. Uji - t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,959	2,497		3,585	,000
1 Label Halal	,182	,060	,237	3,052	,003
Kualitas Produk	,229	,104	,204	2,209	,000
Harga	,476	,087	,524	5,475	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Jika Sig. > 0,05 maka Ho diterima

Jika Sig. < 0,05 maka Ho ditolak

Dari tabel diatas dapat dilihat mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian diperoleh  $t_{\text{hitung}} 5.475 > t_{\text{tabel}} 1.994$  dengan probabilitas sig  $0,000 < 0,005$  hal tersebut menunjukkan bahwa Ho ditolak Ha diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa harga ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) serta adanya pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada air mineral Ainiqua di 212 Mart Garuda.

a. Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 13. Uji - F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	601,768	3	200,589	53,159	,000 <sup>b</sup>
Residual	267,912	71	3,773		
Total	869,680	74			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

F tabel = F (k; n-k), F = (4;75-4):(4;71):2,50 dengan tingkat kesalahan 5%.

Jika Sig. > 0,05 maka Ho diterima

Jika Sig. < 0,05 maka Ho ditolak

Dari tabel diatas tentang pengaruh pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai  $F_{\text{hitung}} 53,159 > F_{\text{tabel}} 2,50$  dengan probabilitas sig  $0,000 < 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada air mineral Ainiqua di 212 Mart Garuda.

b. Koefisien *Determinasi*

Tabel 14. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,832 <sup>a</sup>	,692	,679	1,943

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,692 yang berarti 69,2%, berhubung hanya memakai tiga variabel maka nilai yang diperoleh dari adjusted R Square sebesar 0,679 atau 67,9% dimana variasi variabel keputusan pembelian (Y) ditentukan oleh variabel independen yaitu Label halal ( $X_1$ ), Kualitas produk ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) sedangkan sisanya 32,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. **Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian**  
Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa  $T_{\text{hitung}} 3.052 > T_{\text{tabel}} 1.994$  dan nilai koefisien 0,182 dan nilai sig.  $0,003 < 0,05$  Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara label halal ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asy'Arie Muhammad (2018) dengan hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ali Mutakin (2019) bahwa label halal berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian.
2. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**  
Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa  $T_{\text{hitung}} 2.209 > T_{\text{tabel}} 1.994$  dan nilai koefisien 0,229 dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ali Mutakin (2019) dengan hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Inti Bintang Fortuna (2018) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**  
Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa  $T_{\text{hitung}} 5,475 > T_{\text{tabel}} 1.994$  dan nilai koefisien 0,476 dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Inti Bintang Fortuna (2019) dengan hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Asy'Arie Muhammad (2018) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. **Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian**  
Hasil pengujian diperoleh dari uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{\text{hitung}} 53,159 > F_{\text{tabel}} 2,50$  dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis ketiga variabel tersebut diterima. Artinya terdapat pengaruh antara label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian air mineral ainiqua secara bersama-sama (simultan).

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa label halal secara parsial  $T_{\text{hitung}} 3,052 > T_{\text{tabel}} 1,994$  dengan probabilitas sig  $0,003 < 0,05$  dapat diartikan adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- b. Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa kualitas produk secara parsial  $T_{\text{hitung}} 2,209 > T_{\text{tabel}} 1,994$  dengan probabilitas sig  $0,000 < 0,05$  dapat diartikan adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- c. Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa harga secara parsial  $T_{\text{hitung}} 5,475 > T_{\text{tabel}} 1,994$  dengan probabilitas sig  $0,000 < 0,05$  dapat diartikan adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- d. Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa label halal, kualitas produk dan harga secara simultan  $F_{\text{hitung}} 53,159 > F_{\text{tabel}} 2,50$  dengan probabilitas sig  $0,000 < 0,05$  dapat diartikan adanya pengaruh positif. Label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian air mineral Ainiqua di 212 Mart Garuda.

## 5. SARAN

Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar 212 Mart Garuda menjaga kualitas produk serta harga dengan melihat indikator-indikator apa saja yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen sehingga dapat meningkatkan laba dan hendaknya hasil penelitian ini dijadikan pertimbangan untuk meningkatkan keputusan pembelian serta dapat menarik konsumen. Dimana hasil akhir penelitian ini menunjukkan nilai positif yang berarti apabila label halal, kualitas produk dan harga sesuai dengan kualitas yang diberikan maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk berbelanja khususnya produk air mineral Ainiqua.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Luki Nugroho, L. (2019). Tidak Ada Label Halal MUI Haram? (Vol. 120). Lentera Islam.
- [2] Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 88, (2010). Al Quran dan terjemahan, Departemen Agama RI, Bandung : Diponegoro.
- [3] Al-Mahalli, J. (2011). Jalaluddin as-Suyuthi. Tafsir Jalalain.
- [4] Bandung, R. D., & Fathoni, A. A. (2012). Alfabeta. Sujarweni, V dan Poly Endrayanto.
- [5] Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. Deepublish.
- [6] Ghozali, I. (2005). Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [7] Ridwan, M. (2018). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan)" (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- [8] Hutagalung, M. A. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1(2), 228-239.
- [9] Murtani, A. (2019). Peran UPZ (Unit Pengumpul Zakat) Yayasan Ibadurrahman Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Mandau. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1(1), 52-64.