

# **Pengaruh Label Halal, Religiositas, dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan *Japanese Food***

**Gerhana Risqi Prasetyo<sup>1</sup>, Makhrus<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto, Indonesia, 53182, Email : kikiqrhans@gmail.com

<sup>2</sup> Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto, Indonesia, 53182, Email : makhrus@ump.ac.id

## **Abstrak**

Masakan Jepang telah mengalami perkembangan pesat sejak tahun 2000-an di Indonesia. Namun, masakan Jepang mengandung bahan baku dan proses yang belum terjamin kehalalannya. Berkembangnya bisnis makanan Jepang membuat beberapa restoran Jepang merubah bahan baku non-halal menjadi bahan-bahan halal agar dapat dikonsumsi oleh masyarakat muslim di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. dengan pendekatan *purposive sampling* dan subjek penelitiannya adalah masyarakat Banyumas. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuisioner, dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah dengan menganalisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan bantuan komputer gram pro yaitu SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 25. Hasil penelitian menunjukkan lima variabel independen yaitu label halal, religiusitas, dan bahan pangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji simultan seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan secara bersama-sama, dan hasil uji parsial kedua variabel bebas label halal dan religiusitas berpengaruh signifikan, sedangkan variabilitas bahan pangan tidak berpengaruh signifikan, uji determinasi alami atau R square Nilai R Square sebesar 0,756 yang berarti variabel independen yang terdiri dari label halal (X1), religiusitas (X2), dan bahan makanan (X3) mempunyai pengaruh sebesar 75,6% terhadap keputusan pembelian (Y) dengan sisanya sebesar 24,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata-kata kunci : Label Halal, Religiusitas, Bahan Makanan, Keputusan Pembelian

## **Abstract**

*Japanese cuisine has experienced rapid development since the 2000s in Indonesia. However, Japanese masakan contains raw materials and processes that are not guaranteed halalness. The development of the Jepang food business has made some Japanese restaurants change their non-halal raw materials to halal ingredients so that they can be consumed by Muslim communities in Indonesia. This type of research is quantitative research. with a purposive sampling approach and the subject of research is the Banyumas community. The data collection technique in this study was carried out by means of a questionnaire, in this study the analysis tool used was by analyzing Multiple Linear Regression using the help of a computer gram pro, namely SPSS (Statistical Package For Social Science) version 25. The results of this research show that five independent variables, namely, halal label, religiosity, and foodstuffs. The results of this study showed that in this simultaneous test all free variables had a significant effect together, and the results of the partial test of two variables free of halal label and*

*religiosity had a significant effect, while the variability of foodstuffs had no significant effect, and natural determination test or R square R Square value of 0.756 which means that independent variables consisting of halal labels (X1), religiosity (X2), and foodstuffs (X3) have a 75.6% effect on purchasing decisions (Y) with the remaining 24.4% influenced by other variables that were not studied in this study*

*Keywords: Halal Labels, Religiosity, Groceries, Purchasing Decisions*

## **Pendahuluan**

Jepang sebagai sebuah negara yang memiliki kebudayaan yang beragam. Tidak hanya itu Jepang pun kaya akan olahan makanan yang digemari pada masyarakat Indonesia. Hal tersebut disebabkan adanya perkembangan zaman membentuk kuliner mancanegara masuk ke Indonesia. Jepang menjadi salah satu negara yang beragam dan bermacam-macam produk makanan masuk ke Indonesia.

Makanan Jepang mempunyai ciri khas dari segi cita rasa serta bentuknya. Jenis kuliner tersebut adalah ramen, sushi, okonomiyaki, bento, yakiniku, onigiri, teriyaki. Sedangkan makanan ringan yang di tawarkan dari negara Jepang tersebut adalah dorayaki, mochi, nori, serta takoyaki. Makanan Jepang tersebut menjadi kuliner-kuliner manca negara yang populer serta disukai oleh warga Indonesia (Febryanto, 2021). Hampir semua jenis kuliner Jepang disukai oleh rakyat Indonesia sebab mempunyai cita rasa yang tidak sama. Pertumbuhan restoran yang berciri khas Jepang tersebut sangat pesat pertumbuhannya, terlihat berasal yang dulunya masih sangat terbatas, saat ini warga bisa menemukan gerai-gerai secara praktis.

Masakan Jepang adalah salah satu makanan yang baik dalam proses atau bahannya tidak terjamin halalannya.. Misalnya, penggunaan mirin sebagai kombinasi dalam berbagai jenis saus seperti saus kabayaki, soba, dan lain- lain. Mirin juga dianggap memiliki keputusan untuk menghilangkan keinginan mengecilkan hati terhadap ikan yang banyak digunakan dalam sushi. Mirin adalah bumbu dapur yang mengandung minuman keras. Selain mirin, banyak masakan Jepang menggunakan miso. Miso merupakan bahan baku fleksibel yang didapat dari kedelai, biji-bijian, gandum dan beras yang merupakan unsur halal untuk pemanfaatannya, namun dalam prosesnya bahan-bahan tersebut ditangani dengan cara pematangan sehingga terdapat kandungan minuman keras di dalamnya. Lemak dan daging babi juga banyak dimanfaatkan sebagai bahan alami atau bahan tambahan. Salah satu hidangan dengan unsur dasar daging babi adalah Tonkatsu dan Tonjiru. Mengenai hampir semua mie ramen Jepang yang bonafid menggunakan kaldu dari tulang babi (Mirza, 2019).

Pandangan kehalalan, perhatian terhadap kehalalan, mentalitas, religiositas dan pengaturan produk dipandang penting dalam memilih dan menentukan makanan Jepang yang enak dan halal untuk digunakan. Faktor disposisi adalah yang paling tegas menghitung keputusan pembelian. Hipotesis aktivitas yang direnungkan adalah hipotesis mendasar dalam pengujian ini untuk mengukur

kekuatan keputusan pembeli untuk membayar produk makanan Jepang. Makanan Jepang yang telah dikonfirmasi atau ditandai sebagai halal dapat memengaruhi kesiapan untuk membayar pembelanja muslim dan mendorong atau tidak untuk memberikan dukungan halal atau label halal. Berdasarkan pemeriksaan sebelumnya, ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi kesiapan membayar makanan Jepang.

Berdasarkan penelitian Ambali (2012) menyatakan bahwa perkembangan populer untuk pemanfaatan halal dibantu oleh berbagai elemen yang secara mendasar memengaruhi keyakinan mereka yang ketat, keterbukaan, logo halal, dan alasan kesejahteraan yang mungkin dapat mendorong pasar mulai sekarang. Dalam penelitian ini Kabupaten Banyumas merupakan salah satu wilayah dengan jumlah penduduk kurang lebih sebanyak 1,78 juta jiwa. (Badan Pusat Statistik, 2020).

## **Metode**

Jenis penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif bisa disebut sebagai metode penelitian yang didasari atas filosofi positivisme, dipergunakan untuk menguji sampel atau populasi, biasanya teknik sampling diambil secara random. Pengumpulan data yang digunakan dengan alat penelitian, analisis sifatnya kuantitatif, dan bertujuan supaya dapat melakukan uji hipotesis yang sudah ditentukan (Darna & Herlina, 2018).

Penelitian ini memakai metode pendataan survei dengan mengambil sebagian objek masyarakat di kabupaten Banyumas dimana data penelitian diperoleh dengan menggunakan angket secara terstruktur yang sama untuk setiap masyarakat, maka semua jawaban yang di peroleh peneliti dicatat, diproses, dan dianalisis. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode teknik sampling yakni prosedur pemeriksaan untuk menentukan contoh yang akan digunakan dalam review, strategi pengujian yang digunakan dalam review ini adalah pengujian purposive. Purposive adalah suatu prosedur pengujian dengan analisis tertentu (Sugiyono, 2014), dengan mengambil contoh dari masyarakat mengingat belum sepenuhnya ditetapkan oleh ahlinya. Standar-standar yang digunakan dapat didasarkan pada perenungan-perenungan tertentu atau bagian-bagian tertentu. Peneliti menggunakan penelitian purposive dengan model bahwa responden adalah orang Banyumas dengan KTP yang mengetahui makanan Jepang di Banyumas berdasarkan usia.

Subyek penelitian adalah responden yang memberikan informasi atau data kepada ilmuwan. Subyek dalam eksplorasi ini adalah individu Banyumas. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan memanfaatkan angket, keuntungan menggunakan angket antara lain: tidak memerlukan kehadiran ahli. Hal ini cenderung diberikan secara terus-menerus kepada banyak responden. Responden menjawab dengan kecepatan khusus mereka dan ditunjukkan oleh energi cadangan responden. Survey adalah suatu strategi pengumpulan informasi melalui suatu struktur yang berisi pertanyaan atau

pernyataan yang telah disusun sebelumnya, yang diajukan kepada individu atau perkumpulan untuk mendapatkan jawaban atau jawaban dan data yang dibutuhkan oleh para ilmuwan (Siregar, 2020).

## **Hasil dan Pembahasan**

Dilihat dari nilai koefisien relaps pada variabel label halal sebesar 0,352 dan akibat dari uji t terukur pada variabel cost dengan nilai kepentingan 0,000 yang berarti dibawah 0,05 maka dapat dikatakan bahwa  $H_a$  diakui dan  $H_0$  diberhentikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsekuensi pemeriksaan mengakui spekulasi eksplorasi yang menganggap bahwa label halal secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Yang kedua terdapat pengaruh dari penelitian informasi menunjukkan bahwa tanda halal secara fundamental memengaruhi keputusan pembelian makanan Jepang di wilayah Banyumas. Dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk makanan umumnya mereka mencari atau mencari data tentang kehalalan produk tersebut, selanjutnya outlet, tempat atau *bundling* umumnya memiliki logo atau label halal untuk keadaan ini makanan Jepang yang dipilih oleh masyarakat Banyumas.

Mengingat konsekuensi dari responden, efek samping dari pemeriksaan dapat disebabkan oleh kebutuhan pembeli untuk penggunaan. Dari hasil review ini, cenderung beralasan bahwa pembeli dalam memilih untuk membeli, fokus pada tanda halal pada makanan Jepang di kota Banyumas. Ketiga terdapat variabel religiositas yang dapat disimpulkan bahwa variabel religiositas telah teruji validitasnya di karenakan  $r$  tabel ( $> 0,195$ ) lebih kecil dibandingkan nilai  $r$  hitung berdasarkan data responden yang telah penulis uji sebanyak 100 responden. Mengingat nilai koefisien pada variabel religiositas nilai 0,423 dan akibat uji t terukur pada variabel harga dengan nilai kepentingan 0,000 yang berarti lebih menonjol dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa  $H_a$  diakui dan  $H_0$  adalah dibubarkan. Hal ini menunjukkan bahwa konsekuensi penyelidikan mengakui spekulasi eksplorasi yang menganggap bahwa religiositas secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Keempat terdapat variabel bahan makanan, dapat diduga bahwa keabsahan variabel bahan makanan telah dicoba dengan alasan bahwa  $r$  tabel ( $> 0,195$ ) lebih sederhana daripada  $r$  harga yang ditentukan mengingat informasi responden yang penulis coba ke atas. dari 100 responden. Dilihat dari hasil SPSS atas  $R^2$  Berubah senilai 0,550, hal ini menunjukkan bahwa tingkat komitmen dampak faktor bebas, khususnya penegasan halal ( $X_1$ ), kesadaran halal ( $X_2$ ) dan bahan makanan ( $X_3$ ) terhadap minat beli pembelanja ( $Y$ ) sebesar 55,0% sedangkan kelebihan 45,0% dipengaruhi oleh variabel yang berbeda. Kata Kunci: Makanan, Sertifikat Halal, Minat Beli, Kesadaran Halal (Hakim, 2020).

Dilihat dari nilai koefisien relaps pada variabel nilai -0,026 dan akibat uji t terukur pada variabel biaya dengan nilai kepentingan 0,559 yang berimplikasi lebih menonjol dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  diakui dan  $H_a$  diberhentikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsekuensi pemeriksaan menolak spekulasi eksplorasi yang menganggap bahwa bahan makanan memengaruhi

keputusan pembelian

Hasil pemeriksaan informasi menunjukkan bahwa bahan makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan Jepang di wilayah Banyumas, bahwa bahan makanan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Konsekuensi dari pemeriksaan informasi juga tidak sesuai dengan hukum kepentingan yang menyatakan bahwa bahan makanan memengaruhi keputusan pembelian untuk makanan Jepang ini. Mengingat efek samping dari responden yang telah melakukan pemeriksaan, konsekuensi dari pemeriksaan dapat karena kebutuhan pembeli untuk mobilitas cepat. Juga dapat dirasakan bahwa bahan makanan tidak digunakan dalam memilih makanan Jepang karena mereka menganggap bahwa masalah perizinan dalam memilih atau melahap makanan halal telah diserahkan kepada Majelis Ulama Indonesia yang menangani bahan makanan yang berlangsung di Indonesia.

Sebagian besar pelanggan mereka adalah anak-anak muda yang mencari tempat yang nyaman untuk berbicara, hampir selalu restoran-restoran ini tidak pernah sepi pelanggan. Begitu pula dengan gambaran yang dimiliki kafe ini membuat pembeli merasa lebih terpenuhi baik dari segi tempat, makanan, maupun pemenuhan batin. Penelitian tentang dampak label halal, religiusitas, bahan makanan dalam keputusan pembelian juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan Vivi Yunitasari (2019) bahwa label halal, religiusitas memiliki pengaruh yang dominan dalam keputusan pembelian. Dalam penelitian itu menjabarkan bahwa keputusan pembelian memiliki dua komponen yaitu label halal, religiusitas. Dari kedua variabel tersebut label halal paling berpengaruh.

Pada pembahasan peneliti akan mendeskripsikan hasil dari temuan yang diperoleh selama melakukan penelitian tugas akhir dengan menggunakan penelitian kuantitatif dengan objek penelitian yaitu masyarakat Banyumas. Temuan yang diperoleh penelitian di jelaskan dan dikuatkan dengan teori-teori yang telah dijelaskan. Penjabaran tentang temuan-temuan selama penelitian diharapkan dapat menjelaskan tujuan dari dilaksanakannya penelitian.

Variabel religiusitas telah teruji validitasnya di karenakan  $r$  tabel ( $> 0,195$ ) lebih kecil dibandingkan nilai  $r$  hitung berdasarkan data responden yang telah penulis uji sebanyak 100 responden. Mengingat nilai koefisien pada variabel religiusitas nilai 0,423 dan akibat uji  $t$  terukur pada variabel harga dengan nilai kepentingan 0,000 yang berarti lebih menonjol dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa  $H_a$  diakui dan  $H_o$  adalah dibubarkan. Hal ini menunjukkan bahwa konsekuensi penyelidikan mengakui spekulasi eksplorasi yang menganggap bahwa religiusitas secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa labeling pada dasarnya memengaruhi keputusan pembelian untuk makanan Jepang, bahwa religiusitas memengaruhi keputusan pembelian. Demikian pula dapat diduga bahwa derajat religiusitas sangat berpengaruh terhadap pemetikan makanan Jepang, karena pertimbangan mengenai perizinan dalam memilih atau memakan halal telah diajukan kepada Majelis Ulama Indonesia yang berkaitan dengan pemberian label halal

pada makanan yang beredar di Indonesia.

Bahan makanan adalah semua bahan yang terkandung dalam makanan. Menurut Yunus et al., (2014) tugas informasi, data, dan Islam sangat penting bagi umat Islam dalam memilih makanan yang akan mereka santap. Dalam pandangan Islam, materi materi dapat mencakup beberapa hal yang harus dipikirkan. Masalah di sini mencakup masalah pengalaman pembeli dengan bahan-bahan perhiasan dan kualitas dan kesejahteraan isi makanan. Untuk itu informasi tentang perlengkapan prduk penting sebagai pertimbangan pembeli dalam memilih produk. Hasil pemeriksaan informasi menunjukkan bahwa bahan makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan Jepang di wilayah Banyumas, bahwa bahan makanan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Konsekuensi dari pemeriksaan informasi juga tidak sesuai dengan hukum kepentingan yang menyatakan bahwa bahan makanan memengaruhi keputusan pembelian untuk makanan Jepang ini.

## **Simpulan**

Berdasarkan penelitian ini bahwa tanda halal dan religiositas memengaruhi keputusan pembelian sementara bahan makanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sebagaimana dibuktikan peneliti. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa nilai signifikan 0,200 lebih dari 0,05, sehingga dari variabel yang dianalisa di atasnya ditunjukkan bahwasannya nilai residu normal. Dengan melihat nilai Fhitung sebesar 98,970 dengan arti 0,000, maka dapat dikatakan bahwa faktor bebas dalam penelitian ini adalah label halal, religiositas, dan bahan makanan secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen, khususnya keputusan untuk membeli makanan Jepang. Konsekuensi dari uji tidak lengkap X1 menunjukkan bahwa pabel halal memengaruhi keputusan pembelian makanan Jepang. Dilihat dari pengaruh makna variabel tanda halal yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00 dan mengingat hasil dari Thitung sebesar 10,038 yang lebih kecil dari ttabel yaitu 166,023 maka Ha diakui dan Ho ditolak.

Hasil dari uji X2 yang tidak lengkap menunjukkan bahwa religiositas memengaruhi keputusan pembelian untuk makanan Jepang. Mengingat konsekuensi makna variabel religiositas lebih kecil dari 0,5, khususnya 0,00 dan mengingat efek samping dari Thitung 6,942 yang lebih penting daripada 61 61 ttabel yang lebih sederhana dari 166.023, maka, pada saat itu, Ha diakui dan Ho dihilangkan dan yang terakhir adalah R Square senilai 0,756 yang menyiratkan faktor bebas yang terdiri dari label halal (X1), religiositas (X2), dan bahan makanan (X3) memiliki pengaruh sebesar 75,6% terhadap keputusan pembelian. (Y) dengan sisa 24,4% dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak dianalisis dalam tinjauan ini. Hasil dari uji X3 yang tidak lengkap menunjukkan bahwa bahan makanan tidak memengaruhi keputusan pembelian untuk makanan Jepang. Mengingat konsekuensi makna variabel bahan makanan, yang lebih penting dari 0,5, khususnya 0,559 dan mengingat efek samping dari thitung 0,559, yang lebih menonjol daripada ttabel, yang lebih sederhana dari 166., 23, maka, pada saat itu, H0 diakui dan Ha ditolak.

## **Daftar Rujukan**

- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen*, 5(1), 287-292.
- Febryanto, F. (2021). Studi kelayakan bisnis Umai Sugiru Japanese Restaurant di Flavour Bliss Alam Sutera. Universitas Pelita Harapan.
- Mirza (2019). Hubungan Religiusitas terhadap Pengambilan Keputusan dalam Memilih Pasangan Hidup Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 9-59.
- Siregar, W. Y. (2020). *Pengaruh tingkat pengetahuan dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap keputusan menggunakan jasa Bank Syariah. IAIN Padangsidempuan.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Alfabeta).
- Yunitasari, V., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 49-57.
- Yunus (2014). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 49-57.

