

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran

Pada dasarnya kebutuhan setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda antara manusia yang satu dengan yang lainnya, baik kebutuhan dan keinginan tersebut akan selalu bertambah, baik jumlahnya maupun jenisnya. Seiring dengan berjalannya waktu manusia akan selalau berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang terpenuhnya itu, hal itu dilakukan untuk mendapatkan sesuatu yaitu kepuasan

Menurut **Tjiptono (2008:6)** Strategi pemasaran adalah suatu alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan pesaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Untuk menjelaskan kita memperhatikan istilah berikut: kebutuhan keinginan, dan permintaan, produk dan jasa, nilai, kepuasan, dan mutu, pertukaran, transaksi dan hubungan serta pasar.

Pemasaran merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Pemasaran juga dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diartikan proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh. Apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain (**Kotler dan Armstrong, 2008:6**)

2.2. Keputusan Pembelian

2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2009: 112)**, keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Menurut **Kotler (2010:211)** proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian sebagai berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Tugas pemasar yaitu memahami perilaku pembeli pada tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap-tahap tersebut. Untuk melakukan pembelian, konsumen tidak terlepas dari karakteristik produk baik mengenai penampilan, gaya, mutu dan harga dari produk tersebut.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2009:226)**, Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada. Menurut **Nugroho J. Setiadi (2010:414)**, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih dari beberapa alternatif dan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memilih salah satu di antaranya. Keputusan pembelian secara umum dapat diartikan sebagai konsumen memilih 1 produk dari beberapa produk lainnya.

2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan

Dalam pengambilan keputusan membeli seseorang atau sekelompok di pasar akan melalui tahap-tahapan proses pengambilan keputusan konsumen. Tahap-tahap tersebut menggambarkan bagaimana seseorang konsumen mengawali keputusan pembeliannya. Tahap-tahap pengambilan keputusan konsumen yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian **Kotler (2008: 61)**.

Adapun pembagian tahap-tahap tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 2.1 Tahap-tahap pengambilan keputusan pembelian



Sumber : Kotler (2008)

Model ini mempunyai anggapan bahwa para konsumen melakukan lima tahap dalam melakukan pembelian. Kelima tahap diatas tidak selalu terjadi, khususnya dalam pembelian yang tidak memerlukan keterlibatan yang tinggi dalam pembelian. Para konsumen bisa melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai.

1. Pengenalan Masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang

diinginkanya. Kebutuhan itu bisa digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar. Misalnya kebutuhan orang normal yaitu haus dan lapar akan meningkat hingga mencapai suatu ambang rangsang dan berubah menjadi suatu dorongan

2. Pencarian informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi. Biasanya jumlah kegiatan mencari informasi meningkat tatkala konsumen bergerak dari keputusan situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang maksimal.

3. Evaluasi Alternatif

Informasi yang dibisa dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing-masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk membeli.

4. Keputusan Pembelian

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yg diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yg harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Perilaku Setelah Pembelian

Apabila barang yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen membisa kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat. Produsen harus mengurangi perasaan tidak senang atau perasaan negatif terhadap suatu produk dengan cara membantu konsumen menemukan informasi yang membenarkan pilihan konsumen melalui komunikasi yang diarahkan pada orang-orang yang baru saja membeli produk.

2.2.3 Komponen Keputusan Pembelian

Menurut **Swastha (2011:102)** dalam **Permatasari (2013:32)** setiap keputusan pembelian mempunyai struktur sebanyak tujuh komponen.

Komponen-komponen tersebut antara lain:

1. Keputusan Tentang Jenis Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian suatu produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini, perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli suatu produk serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan.

2. Keputusan Tentang Bentuk Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian dalam suatu bentuk produk. Keputusan tersebut menyangkut pula ukuran, mutu, corak, dan sebagainya. Dalam hal ini, perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengetahui kesukaan konsumen tentang produk yang bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tarik mereknya.

3. Keputusan Tentang Merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen harus memilih sebuah merek dalam melakukan pembeliannya, merek yang sudah dikenal memiliki nama akan memudahkan konsumen dalam mengambil keputusannya.

4. Keputusan Tentang Penjualnya

Konsumen harus mengambil keputusan dimana produk tersebut akan dibeli. Dalam hal ini produsen, pedagang besar, dan pengecer harus mengetahui bagaimana konsumen menyukai barang tersebut

5. Keputusan Tentang Jumlah Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Dalam hal ini, perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

6. Keputusan Tentang Waktu Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian. Masalah ini menyangkut tersedianya uang untuk membeli produk. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mengukur waktu produksi dan kegiatan pemasaran.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7 Keputusan Tentang Cara Pembayaran

Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang akan dibeli, secara tunai atau kredit. Keputusan tersebut akan mempengaruhi keputusan tentang penjual dan jumlah pembelinya. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui keinginan pembeli terhadap cara pembayarannya.

2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut **Kotler (Adriansyah, 2012:36)** indikator dari proses keputusan pembelian yaitu:

1. Tujuan dalam membeli sebuah produk
2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek
3. Kemantapan pada sebuah produk
4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
5. Melakukan pembelian ulang

Menurut **Kotler(2012:166)** dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

2.2.5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Untuk melakukan suatu keputusan, orang akan melalui suatu proses tertentu, sehingga mereka dapat menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka untuk membeli suatu produk atau barang. Peran faktor-faktor tersebut berbeda untuk produk yang berbeda. Dengan kata lain, ada faktor yang dominan pada pembelian suatu produk sementara faktor

lain kurang berpengaruh. Beberapa faktor tersebut menyatu dalam pemikiran konsumen, diolahnya sedemikian rupa sampai akhirnya ia membuat keputusan pembelian serta respon yang ia berikan terhadap faktor-faktor pendorong tersebut berupa tindakan membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian menurut **Freddy Rangkuti (2009:97)** ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*). Sedangkan faktor eksternal yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor kepribadian, dan faktor psikologis.

1. Faktor Budaya

- a. Budaya, merupakan penentu keinginan dan perilaku paling mendasar. Sebagai contoh: anak-anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarganya serta lembaga-lembaga penting lainnya.
- b. Sub-budaya, dimana masing-masing budaya memiliki sub budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya, seperti kebangsaan, agama, ras, dan daerah geografis.
- c. Kelas sosial, pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Seperti pekerjaan, tingkat penghasilan, pendidikan, dan tempat tinggal.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok acuan, terdiri atas semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang, seperti keluarga, teman, tetangga, rekan kerja.

b. Keluarga, merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi objek penelitian yang luas.

c. Peran dan status, orang-orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat

3. Faktor Pribadi

a. Usia dan tahap siklus hidup, pola konsumsi juga dibentuk oleh usia dan siklus hidup keluarga mulai dari bujangan, mencari pasangan hidup, menikah, memiliki anak, sampai akhirnya hidup sendiri kembali.

b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok profesi yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok profesi tertentu.

c. Gaya hidup, adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan v diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Kepribadian dan konsep diri, karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dari orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

4. Faktor Psikologis

- a. Motivasi, suatu kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai tingkat intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak
- b. Persepsi, merupakan proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.
- c. Pembelajaran, meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman
- d. Keyakinan dan sikap, keyakinan adalah suatu gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal, sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.

2.2.6. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam

Al-Quran dan sunnah Rosullah merupakan pedoman bagi manusia dalam rangka segala aspek, termasuk bidang ekonomi tidak luput dalam kajian islam. Kegiatan ekonomi dalam pandangan islam merupakan tuntutan kehidupan dan memiliki nilai ibadah, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT :

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ayat-ayat Al- Quran yang menjelaskan tentang jual beli adalah sebagai berikut :

Penjelasan dalam surat An-nisa' ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
 تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
 بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sesuka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allahh adalah Maha penyayang kepadamu.

Jual beli dalam islam adalah satu-satunya aktifitas ekonomi yang paling disukai Allah SWT. Namun demikian bukan berarti semua aktifitas jual beli hukumnya halal dan diridhai Allah SWT. Jika barang yang diperjual belikan adalah barang-barang yang halal dan baik, kemudian akad jual beli juga dilakukan dengan baik tanpa merugikan salah satu pihak, maka hal tersebut dibenarkan oleh Islam. Namun jika aktifitas jual beli yang dilakukan melanggar aturan-aturan yang dibenarkan dalam islam sedangkan barang yang diperjual belikan adalah barang yang mengandung unsur haram, maka islam melarang hal tersebut. Di dalam Al-Qur'an sendiri telah banyak diterangkan dan disinggung mengenai aktifitas muamalah jual beli dan larangan akan memakan riba, sebagaimana yang telah Allah terangkan dalam Al- Qur'an dan Surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
 الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ
 وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
 فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ
 النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, oleh karena itu berjual belilah dengan mengharapakan keridhaan Allah SWT. Jujur dalam berjual beli, karena ketidakjujuran hanya akan merugikan orang lain dengan mengharapakan keuntungan pribadi, dan Allah SWT mengancam setiap manusia yang melakukan riba dengan kekal didalam api neraka.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3. Persepsi Konsumen

2.3.1 Pengertian Persepsi

Menurut **Kotler dalam Ramadhan (2013:10)** menyatakan, “persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti”.

Sedangkan menurut **Schiffman & Kanuk (2008:137)** dalam **Permatasari (2013:20)**, “persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia”.

Menurut **Kotler & Keller dalam Fadila (2013:45)** persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan dalam bentuk fisik, tetapi juga tergantung pada rangsangan yang ada disekitarnya dan kondisi yang ada pada seseorang dan persepsi lebih penting dibandingkan realitas dalam pemasaran, karena persepsi yang dapat mempengaruhi konsumen dalam berperilaku, selain itu orang bisa mempunyai persepsi yang berbeda atas objek yang sama.

2.3.2. Proses Persepsi

Menurut **Philip Kotler dalam Ramadhan (2013:13)**, orang dapat memiliki persepsi berbeda atas objek yang sama karena ada tiga proses persepsi yaitu :

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. **Perhatian selektif**

Pada dasarnya orang akan terlibat banyak rangsangan harian. Sebagian besar rangsangan akan disaring, karena seseorang tidak mungkin dapat menanggapi rangsangan-rangsangan ini. Proses ini disebut perhatian selektif. Perhatian selektif membuat pemasar harus bekerja keras untuk menarik perhatian konsumen. Pesan-pesan mereka akan terbuang pada orang-orang yang berada dalam pasar produk tertentu. Bahkan orang-orang yang berada dalam pasar mungkin tidak memperhatikan suatu pesan kecuali jika pesan itu menonjol dibandingkan rangsangan-rangsangan lain di sekitarnya.

2. **Distorsi Selektif**

Distorsi selektif adalah kecenderungan orang untuk mengubah informasi ke dalam pengertian pribadi dan menginterpretasikan informasi dengan cara yang akan mendukung pra-konsepsi mereka, bukannya yang menentang pra-konsepsi tersebut. Bahkan rangsangan yang telah mendapatkan perhatian konsumen, belum tentu berada di jalur yang diinginkan.

3. **Ingatan Selektif**

Orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari, tapi karena adanya ingatan selektif, orang akan cenderung mengingat hal-hal baik yang disebutkan tentang produk pesaing.

2.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut **Simamora dalam Ramadhan (2013:12)**, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

1. Kinerja, dapat dikarakteristikan sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi utama.
- Karakteristik produk.
- Kesesuaian dengan spesifikasi, mengenai seberapa dekat produk dengan spesifikasi yang dijanjikan.

2. Keandalan

Merupakan konsistensi kinerja dari satu pembelian hingga ke pembelian berikutnya, dan persen waktu yang dimiliki untuk berfungsi dengan baik.

3. Ketahanan

Kehidupan ekonomis akan suatu produk yang digunakan konsumen.

4. Pelayanan

Suatu hal yang berhubungan dengan kemampuan memberikan layanan kepada pelanggan.

5. Hasil Akhir

Hasil yang menunjukkan pada munculnya atau dirasakannya suatu kualitas.

2.3.4. Hubungan Persepsi Terhadap Keputusan Konsumen

Proses keputusan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk dan jasa akan dipengaruhi oleh kegiatan oleh pemasar dan lembaga lainnya serta penilaian dan persepsi konsumen itu sendiri. Proses keputusan pembelian akan terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi, alternatif, pembelian, kepuasan konsumen akan memberikan pengetahuan kepada pemasar, bagaimana menyusun strategi dan komunikasi pemasaran yang lebih baik. Persepsi konsumen akan mempunyai keputusan pembelian dikarenakan orang mempunyai kesukaan dan kebiasaan yang berbeda-beda sesuai dengan kondisi

konsumen terutama didukung oleh kemampuan seorang untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

Menurut **Philip Kotler (2007:153)** “ keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian “.Berdasarkan uraian diatas maka proses keputusan pembelian konsumen sangat ditentukan oleh faktor psikologi mereka sendiri antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian mereka peroleh mengenai barang atau produk kemudian mengevaluasinya untuk kemudian melakukan keputusan pembelian.

2.4. Sertifikasi Halal

2.4.1. Tinjauan Umum Tentang Sertifikat Halal

1. Pengertian Halal dan Haram

a. Halal

“Kebijakan halal merupakan pernyataan tertulis tentang komitmen perusahaan untuk memproduksi produk halal secara konsisten, mencakup konsistensi dalam penggunaan dan pengadaan bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong serta konsistensi dalam proses produksi halal sesuai dengan syariat Islam. Halal adalah boleh, pada kasus makanan, kebanyakan makanan termasuk halal kecuali secara khusus disebutkan dalam Al-Quran atau Hadist”

Kriteria halal terbagi 2, yaitu berdasarkan proses dan halal berdasarkan substansi. Halal berdasarkan proses, yaitu untuk pangan yang berasal dari tumbuhan dan ikan pada waktu proses pengolahan, penyimpanan, transportasi serta alat yang dipakai tidak habis digunakan untuk babi dan bahan tambahannya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

halal sedangkan untuk bahan pangan yang berasal dari tumbuhan dan disembelih menyebut nama Allah. Halal berdasarkan substansi yakni:

1. Tidak mengandung daging babi, atau binatang yang dilarang oleh ajaran Islam untuk memakannya
2. Semua bentuk minuman yang tidak mengandung alkohol

b. Haram

“Haram adalah sesuatu yang Allah SWT melarang untuk dilakukan dengan larangan yang tegas. Setiap orang yang menentanginya akan berhadapan dengan siksaan Allah di akhirat bahkan juga terancam siksaan di dunia ini”.

Kriteria haram ada 2, yaitu pertama: **Haram Lidzatihi** (makanan yang haram karena dzatnya). Maksudnya hukum asal dari makanan itu memang sudah haram sendiri. Berdasarkan firman Allah dapat diketahui beberapa jenis makanan yang haram dikonsumsi manusia karena memang zat makanan itu sendiri telah diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya. Kedua: **Haram Lighairihi** (makanan yang haram karena faktor eksternal). Maksudnya hukum asal makanan itu sendiri adalah halal, akan tetapi dapat berubah menjadi haram karena adanya sebab yang tidak berkaitan dengan makanan tersebut, misalnya makanan dari hasil mencuri atau dibeli dengan uang hasil korupsi, transaksi riba, upah pelacuran, sesajen perdukunan dan lain sebagainya.

Paham tentang halal dan haram yang lainnya yaitu mengacu kepada dasar pertama yang ditetapkan Islam, ialah asal sesuatu yang diciptakan Allah adalah halal dan mubah. Tidak ada satupun yang haram kecuali karena ada nas yang sah dan tegas dari syari” (yang berwenang membuat hukum itu sendiri, yaitu Allah

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan Rasul) yang mengharamkannya. Kalau tidak ada nas yang sah misalnya karena ada sebagian hadist lemah atau tidak adanya nas yang tegas (sharih) yang menunjukkan haram, maka hal tersebut tetap sebagaimana asalnya yaitu mubah. Ruang lingkup haram dalam syariat Islam itu sebenarnya sangat sempit sekali dan ruang lingkup halal malah justru sangat luas. Hal ini adalah justru nas-nas yang sahih dan tegas dalam hal haram, jumlahnya sangat minim sekali, sedangkan sesuatu yang tidak ada keterangan halal haramnya adalah kembali kepada hukum asal yaitu halal dan termasuk dalam kategori yang dima'fukan Allah.

Dasar kedua bahwa Islam telah memberikan suatu batas wewenang untuk menentukan halal dan haram, yaitu dengan melepaskan hak tersebut dari tangan manusia, betapapun tingginya kedudukan manusia tersebut dalam bidang agama maupun duniawi, maka hak tersebut semata-mata ditangan Allah. Jika Islam mencela sikap orang-orang yang suka menentukan haram dan halal itu semua, maka dia juga telah memberikan suatu kekhususan kepada mereka yang suka mengharamkan itu dengan suatu beban yang sangat berat, karena memandang bahwa hal ini akan merupakan suatu penyempitan bagi manusia terhadap sesuatu yang sebenarnya oleh Allah diberi keleluasaan. Disamping hal tersebut memang karena ada beberapa pengaruh yang ditimbulkan oleh ahli agama yang berlebihan.

Dalam Islam dikenal bahwa mengharamkan sesuatu yang halal itu dapat membawa satu keburukan dan bahaya. Seluruh bentuk bahaya hukumannya adalah haram, sebaliknya yang bermanfaat hukumnya adalah halal. Jika suatu persoalan bahayanya lebih besar daripada manfaatnya, maka hal tersebut hukumnya haram. Sebaliknya, jika manfaatnya lebih besar maka hukumnya

menjadi halal. Allah telah mengharamkan semua macam makanan yang tidak baik. Tetapi dibalik itu Ia telah memberikan gantinya berupa makanan-makanan yang baik. Salah satu prinsip yang telah diakui oleh Islam ialah apabila Islam telah mengharamkan sesuatu, maka wasilah dan cara apapun yang dapat membawa kepada perbuatan haram, hukumnya adalah haram.

Kaidah ini senada dengan apa yang diakui oleh Islam bahwa dosa perbuatan haram tidak terbatas pada privbadi simpelakunya itu sendiri secara langsung, tetapi meliputi ruang lingkup yang sangat luas sekali, termasuk semua orang yang bersekutu dengan dia baik melalui harta ataupun sikap. Masingmasing mendapatkan dosa sesuai dengan keterlibatannya. Semua yang dapat membantu kepada orang yang berbuat haram, hukumnya adalah haram juga, sedangkan semua orang yang membantu kepada orang yang berbuat haram, maka ia akan terlibat dalam dosanya juga. Apasaja yang membawa kepada perbuatan haram, maka itu adalah haram.

Islam memberikan penghargaan terhadap setiap hal yang dapat mendorong untuk berbuat baik, tujuan yang mulia dan niat yang bagus, baik dalam perundang-undangannya maupun dalam seluruh pengarahannya. Niat yang baik itu dapat menggunakan seluruh yang mubah dan adat untuk berbakti kepada Allah. Oleh karena itu siapa yang makan dengan niat untuk menjaga kelangsungan hidupnya dan memperkuat tubuh supaya dapat melaksanakan kewajibannya untuk berkhidmat kepada Allah dan umat-Nya, maka makan dan minumnya itu dapat dinilai sebagai ibadah dan qurbah.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Masalah haram tetap dinilai haram, betapapun baik dan mulianya niat dan tujuan itu. Bagaimanapun baiknya rencana selama tidak dibenarkan dalam Islam, maka selamanya yang haram itu tidak boleh dipakai alat untuk mencapai tujuan yang suci dan caranya pun juga harus suci. Syariat Islam tidak membenarkan prinsip apa yang disebut alghayah tubarriul wasilah (untuk mencapai tujuan, cara apapun dibenarkan, atau suatu prinsip yang mengatakan al-wushulu ilal haq bil khaudhi fil katsiri minal bathil (untuk dapat memperoleh sesuatu yang baik, boleh dilakukan dengan bergelimang dalam kebatilan). Bahkan yang ada adalah sebaliknya, setiap tujuan baik harus dicapai dengan cara yang baik pula.

Salah satu dari rahmat Allah terhadap manusia, yaitu Ia tidak membiarkan manusia dalam kegelapan terhadap masalah halal dan haram, bahkan yang halal dijelaskan sedangkan yang haram diperinci. Masalah halal yang sudah jelas boleh saja dikerjakan dan soal haram pun sudah jelas, sama sekali tidak ada rukhsah untuk mengerjakannya selama masih dalam keadaan normal. Dibalik suatu persoalan, yaitu antara halal dan haram. Persoalan ini disebut dengan nama syubhat, suatu persoalan yang tidak begitu jelas antara halal dan haramnya bagi manusia. Hal ini terjadi karena tidak jelasnya dalil. Terhadap persoalan ini, Islam memberikan suatu garis yang disebut wara" (suatu sikap berhati-hati karena takut berbuat haram). Dimana dengan sikap ini seorang muslim diharuskan untuk menjauhkan diri dari masalah yang masih syubhat, sehingga demikian dia tidak akan terseret untuk berbuat kepada yang haram.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4.2. Pengertian Produk Halal dan Sertifikat Halal

Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.

Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam. Labelisasi halal sifatnya sukarela, kecuali untuk makanan haji itu sifatnya wajib. Sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal yang selanjutnya disingkat BPJPH.

Pemasangan label pada produk pangan sangat penting, karena merupakan sumber informasi bagi konsumen dan menyangkut hajat hidup orang banyak. Untuk itu para pelaku usaha hendaklah mengacu pada Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan. Berdasarkan Pasal 97 ayat (3) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, pada suatu label harus memuat sekurang kurangnya keterangan mengenai :

- a. Nama produk
- b. Daftar bahan yang digunakan
- c. Berat bersih atau isi bersih
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor
- e. Halal bagi yang dipersyaratkan

- f. Tanggal dan kode produksi
- g. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa
- h. Nomor izin edar bagi pangan olahan, dan
- i. Asal usul bahan pangan tertentu

Pada dasarnya, umat Islam diwajibkan mengkonsumsi makanan yang halal menurut syariat agama Islam. Untuk itu pencantuman label halal pada produk makanan sangatlah penting. Hal ini juga ditegaskan dalam Peraturan pemerintah .

Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan Pasal 10 ayat (1) : “setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.

Yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari‘at Islam yaitu :

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran dan lain sebagainya
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syari‘at Islam
- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolaham, pengelolaan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syari‘at Islam

- e. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar

Label halal lazimnya disebut dengan Sertifikat Halal. Sertifikat halal ini dikeluarkan oleh LPPOM dibawah naungan Majelis Ulama Indonesia yang selanjutnya disingkat LPPOM-MUI. Sertifikat halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk yang merupakan keputusan sidang Komisi Fatwa MUI berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM-MUI. Fatwa adalah ketetapan hukum Islam yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa tentang status hukum suatu produk tertentu. Dalam proses sertifikasi halal, keluaran fatwa yaitu status halal atau haram suatu produk berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Sedangkan Komisi Fatwa adalah salah satu komisi MUI yang bertugas untuk menghasilkan ketetapan hukum Islam tentang status hukum suatu kasus tertentu. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Pemegang Sertifikat Halal Majelis Ulama Indonesia bertanggung jawab untuk memelihara kehalalan produk yang diproduksinya, dan sertifikat ini tidak dapat dipindah tangankan. Sertifikat yang sudah berakhir masa berlakunya, termasuk fotocopynya tidak boleh digunakan atau dipasang untuk maksud-maksud tertentu. Tujuan pelaksanaan Sertifikat Halal pada produk pangan, obat-obat dan kosmetik adalah untuk memberikan kepastian kehalalan suatu produk sehingga dapat menentramkan batin yang mengkonsumsinya.

2.4.3. Ruang Lingkup Sertifikat Halal

Halal adalah boleh. Pada kasus makanan, kebanyakan makanan termasuk halal kecuali secara khusus disebutkan dalam Al Quran atau Hadist. Kaidah fiqh

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yakni bukan dalam keadaan maksiat, bukan pula dalam keadaan melampaui batas tidak ada dosa baginya memakan apa yang telah disebutkan. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Hewan halal dapat berubah statusnya menjadi haram apabila mati karena tercekik, terbentur, jatuh tertanduk, diterkam binatang buas, dan yang disembelih untuk berhala (Q.S Al Maidah: 3). Apabila hewan tersebut sempat disembelih dengan menyebut nama Allah sebelum mati, maka akan tetap halal kecuali jika diperuntukkan bagi berhala. Bahan yang halal tidak boleh terkontaminasi bahan yang haram atau najis karena akan berubah status menjadi haram. Untuk menjaga hal ini jangan sampai terjadi maka proses penyimpanan, distribusi dan lainnya harus diperhatikan.

Ruang lingkup sertifikasi halal yang dilakukan oleh LPPOM MUI adalah mencakup produk pangan, obat-obatan dan kosmetika. Produk pangan dapat dibagi menjadi produk hasil industri pengolahan pangan yang mencakup makanan, minuman, bahan tambahan makanan, dan bahan pendukung lainnya serta produk yang dihasilkan oleh industri restoran dan catering.

a. Ketentuan Masa Berlaku Sertifikat Halal

- a. Sertifikat halal hanya berlaku selama dua tahun, untuk daging yang diekspor surat keterangan halal diberikan untuk setiap kali pengapalan Tiga bulan sebelum berakhir masa berlakunya sertifikat, LPPOM MUI akan memberikan surat pemberitahuan kepada produsen yang bersangkutan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Dua bulan sebelum berakhir masa berlakunya sertifikat, produsen harus mendaftar kembali untuk sertifikat halal yang baru.
- c. Produsen yang tidak memperbaharui sertifikat halalnya, tidak diizinkan lagi menggunakan sertifikat halal tersebut dan dihapus dari daftar yang terdapat dalam majalah resmi LPPOM MUI
- d. Jika sertifikat hilang, pemegang harus segera melaporkannya ke LPPOM MUI
- e. Sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh MUI adalah milik MUI, oleh sebab itu jika karena suatu hal diminta kembali oleh MUI, maka pemegang sertifikat wajib menyerahkannya
- f. Keputusan MUI yang didasarkan atas fatwa MUI tidak dapat diganggu gugat.

b. Prosedur Perpanjangan Sertifikat Halal

Prosedur perpanjangan sertifikat halal adalah sebagai berikut :

- a. Produsen yang bermaksud memperpanjang sertifikat yang dipegangnya harus mengisi formulir pendaftaran yang tersedia
- b. Pengisian formulir disesuaikan dengan perkembangan terakhir produk
- c. Perubahan bahan baku, bahan tambahan dan penolong, serta jenis pengelompokan produk harus diinformasikan kepada LPPOM MUI
- d. Produsen berkewajiban melengkapi dokumen terbaru tentang spesifikasi, sertifikat halal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4.4. Fungsi dan Peran LPPOM-MUI dalam Sertifikasi Halal

a. Fungsi LPPOM-MUI

Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) dibentuk pada tahun 1989 melalui Surat Keputusan Dewan Pimpinan Pusat Majelis Ulama Indonesia No.018/MUI/I/1989 dengan fungsi sebagai pelindung umat dalam hal konsumsi makanan dan minuman, fungsi ini juga sesuai dengan fungsi Majelis Ulama Indonesia yang melakukan perlindungan umat secara umum, baik dalam hal pemikiran maupun muamalah.

Lembaga ini juga mengurus permasalahan hukum halal dan haram baik dalam hal pangan, obat-obatan maupun produk kosmetika. Dalam Islam, masalah halal dan haram merupakan masalah penting yang bertalian dengan keimanan dan ketakwaan sebagai muslim yang utuh. Badan inilah yang berwenang mengeluarkan sertifikat halal. Sebelum mengeluarkan sertifikat tersebut badan ini menjalin kerjasama dengan para ahli untuk menilai kandungan suatu produk sebelum diputuskan statusnya menjadi halal.

b. Peran Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia

- a. Mengadakan inventarisasi, klarifikasi dan pengkajian terhadap kehalalan makanan, obat-obatan dan kosmetik yang beredar di masyarakat
- b. Mengkaji dan menyusun konsep-konsep yang berkaitan dengan peraturan-peraturan mengenai penyelenggaraan rumah makan/restoran, perhotelan, hidangan dalam pelayaran atau penerbangan, pemotongan hewan serta penggunaan berbagai jenis bahan bagi pengelolaan pangan, obat-obatan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan kosmetika yang digunakan oleh masyarakat khususnya umat Islam harus terjamin kehalalannya

- c. Menyampaikan hasil-hasil pengkajian dan konsep-konsep itu kepada Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan, jual beli dan penggunaan pangan, obat-obatan dan kosmetika
- d. Mengadakan berbagai kegiatan dalam rangka menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah dan swasta, dalam dan luar negeri.

Selain peran yang tersebut diatas, masih ada peranan LPPOM-MUI yang lainnya yaitu untuk melindungi umat dari makanan yang tidak halal, selain itu memegang prinsip untuk melindungi fatwa-fatwa tentang makanan yang halal dan yang tidak sehingga tidak menimbulkan fatwa-fatwa yang kontroversial yang menghalalkan makanan yang haram dan sebaliknya mengharamkan makanan yang halal. Umat disini tidak hanya konsumen, tetapi dalam paham Majelis Ulama Indonesia adalah seluruh unsur di negara ini, termasuk produsen dan lembaga asosiasi.

2.4.5. Kriteria Yang Ditetapkan Oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI)

Pengertian Sertifikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses atau prosedur atau serangkaian proses yang merujuk pada kejadian atau peristiwa sehingga (untuk) seseorang atau lembaga mendapatkan sertifikat atau piagam. Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan

sistem jaminan halal memenuhi standar Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia.

Sertifikat halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk yang merupakan keputusan sidang Komisi Fatwa MUI berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Sedangkan menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJH) berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

Menurut LPPOMMUI (2012), Kriteria yang sudah dipenuhi oleh untuk memperoleh sertifikasi halal dari LPPOM-MUI adalah sebagai berikut:

1. Halal Zatnya

- a. Semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh-tumbuhan, sayursayuran, buah-buahan tidak ada yang busuk karena dibeli setiap hari dari hasil panen perkebunan sayur dan buah di kota Padang panjang dan sekitarnya
- b. Bahan baku yang digunakan seperti daging ayam, daging kambing dan daging sapi dibeli ditempat yang sudah memiliki sertifikat halal dimana hewan tersebut disembelih sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh LPPOM-MUI. Bahan-bahan tambahan dan bahan penolong seperti bumbu masak dan penyedap rasa harus sudah memiliki label halal

2. Bahan-bahan yang digunakan dibeli dan diperoleh dengan cara yang halal.

3. Halal dalam Prosesnya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Proses penyembelihan daging yang dilakukan oleh penjual daging yang sudah bersertifikat halal adalah sebagai berikut :

- a) Penyembelih adalah seorang yang beragama Islam
 - b) Hewan yang disembelih adalah hewan hidup (tidak mati sebelum disembelih)
 - c) Peralatan/pisau yang digunakan adalah pisau yang tajam
 - d) Setelah disembelih, hewan tersebut benar-benar mati dan proses selanjutnya darah dari hewan tersebut keluar secara tuntas
- b. Semua yang ada dari dapur sampai keluar tidak ada yang diragukan kehalalannya menurut LPPOM-MUI
- c. Air yang digunakan untuk membersihkan bahan adalah air bersih dan mengalir
- d. Proses pengolahan bahan tidak mengganggu hewan seperti tikus, cicak, proses produksi tidak berdekatan dengan barang/bahan yang najis haram

4. Halal Cara Penyimpanan nya

Kebersihan tempat, dapur, gudang dn alat-alat yang digunakan dalm proses produksi seperti pisau, tempat pemotong dan lain-lain tidak digunakan dalam proses masakan dan bahan-bahan makanan yang haram. Tidak menggunakan bahan-bahan haram seperti minyak babi, lemak, arak dan lainlain. Bahan-bahan yang disimpan seperti di dalam lemari dan lemari sudah bersih dari najis

5. Halal dalam Penedaran Penyajiannya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pramusaji dan karyawan serta sarana kerja bersih dari kotoran dan najis serta berpakaian rapi dan bersih

b. Harga makanan jelas ditetapkan tanpa meragukan pembeli

Nama menu, semua bahan pokok dan tambahan ditulis didalam menu.

Adapun kriteria yang ditetapkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan

Obatobatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI)

tentang

pengajuan sertifikasi halal restoran dan rumah makan adalah sebagai berikut :

1. Halal Zatnya

Pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh-tumbuhan, sayur-sayuran, buah-buahan, dan hewan adalah halal

kecuali yang beracun dan membahayakan kesehatan manusia. Lihat bahan-

bahan baku yang digunakan, bahan tambahan, bahan penolong, bahan-bahan

seperti daging sapi, daging kambing dan daging ayam juga harus dibeli

ditempat yang sudah ada sertifikat halalnya. Makanan dan minuman yang

haram dari binatang, tumbuh-tumbuhan, dan hewan adalah sebagai berikut :

a. Binatang

Babi dan produk turunannya seperti darah, daging, tulang, jeroan, usus,

kulit, bulu, lemak. Anjing dan produk turunannya air liur, daging, tulang,

lemak dan bulunya;

b. Binatang yang dipandang jijik menurut naluri manusia, seperti kutu, lalat,

ulat, biawak, dan sejenisnya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Binatang yang mempunyai taring termasuk gading seperti harimau, gajah, dan sejenisnya;
- d. Binatang yang mempunyai kuku pencakar yang makan dengan menyambar seperti burung elang, burung hantu dan sejenisnya;
- e. Binatang-binatang yang oleh ajaran Islam diperintah untuk membunuhnya yaitu kalajengking, tikus, ular dan sejenisnya;
- f. Binatang-binatang yang oleh agama Islam dilarang membunuhnya seperti semut, lebah, burung Hud-hud, belatuk;
- g. Setiap binatang yang mempunyai racun dan membahayakan apabila memakannya;
- h. Hewan yang hidup dalam dua jenis alam seperti kodok, penyu dan buaya;
- i. Bangkai yaitu binatang halal dimakan kecuali yang mati tanpa disembelih menurut cara Islam kecuali ikan dan belalang;
- j. Semua darah adalah haram dimakan (kecuali hati an limpa dari binatang yang halal);
- k. Tumbuh-tumbuhan yang mendatangkan bahaya atau memabukkan secara langsung ataupun melalui proses, semua buah-buahan yang mengandung racun atau yang memabukkan haram dimakan;
- l. Minuman yang memabukkan seperti arak dan yang dicampur dengan benda-benda najis, sedikit atau banyak.

2. Halal cara memperolehnya

Bahan-bahan yang digunakan dibeli dan diperoleh dari cara yang halal

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Halal dalam prosesnya

- a. Daging yang berasal dari hewan halal dapat menjadi tidak halal jika disembelih tanpa mengikuti aturan syariat Islam, hal-hal yang menjadi titik kritis proses penyembelihan adalah sebagai berikut:
 - b. Penyembelih (harus seorang muslim yang taat dan melaksanakan syariat Islam sehari-hari.
 - c. Pemingsanan (tidak menyebabkan hewan mati sebelum disembelih)
 - d. Peralatan/pisau (harus tajam)
 - e. Proses pasca penyembelihan (hewan harus benar-benar mati sebelum proses selanjutnya dan darah harus keluar secara tuntas).
 - f. Semua yang ada dari dapur sampai keluar tidak ada yang diragukan kehalalannya artinya bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang-barang atau bahan yang haram atau turunannya.
 - g. Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaklah air bersih dan mengalir
 - h. Bagaimana mengolah bahan tersebut, tidak terganggu hewan seperti tikus, cicak. Artinya dalam proses produksi tidak tercampuri atau berdekatan atau menempel dengan barang atau bahan yang najis atau haram

4. Halal cara penyimpanannya

Kebersihan tempat, dapur, gudang, dan alat-alat yang digunakan dalam proses produksi seperti pisau, tempat pemotong, dan lain-lain tidak boleh digunakan dalam proses masakan dan bahan-bahan makanan yang haram. Tidak boleh

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mencampur bahan-bahan ramuan diantara yang halal dengan yang haram seperti minyak babi, lemak, arak dan lain-lain. Kemudian semua bahan yang disimpan hendaklah dipisahkan tempatnya dalam setiap keadaan diantara yang halal dan yang haram seperti menggunakan lemari es, dan alat-alat produksi yang digunakan harus bersih dari najis

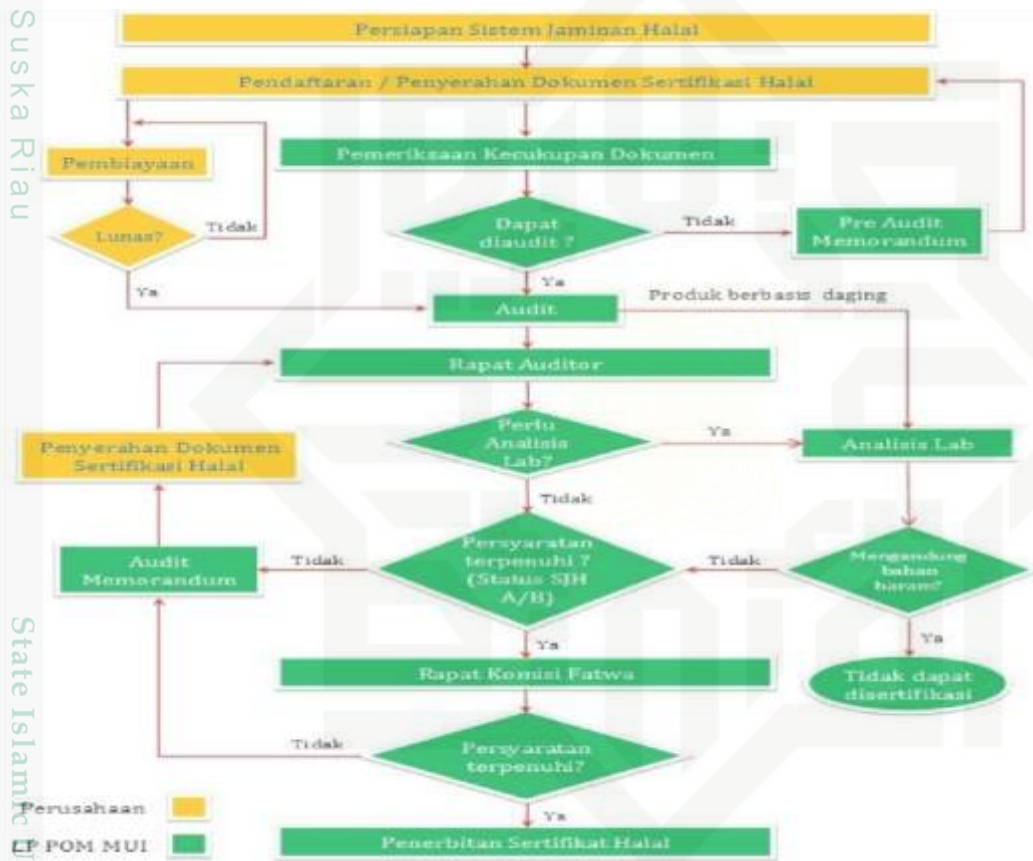
5. Halal dalam pengedaran penyajiannya

- a. Penyajian di restoran dan rumah makan para karyawan dan sarana kerjanya harus bersih dari kotoran dan najis, berpakaian rapi serta bersih
 - b. Penetapan harga harus jelas agar tidak ada keraguan pada pembeli
 - c. Nama menu, semua bahan pokok dan tambahan harus ditulis didalam menu, ini ditujukan agar semua jelas terlihat tanpa ada hal yang akan merugikan pembeli.
 - d. Restoran dan rumah makan mempunyai auditor akta internal yang akan melakukan pengawasan dan pemeriksaan. Pemeriksaan yang dilakukan antara lain :
 - a. Pelaksanaan sistem jaminan halal (SJH)
 - b. Manajemen restoran
 - c. Bahan dan menu
 - d. Fasilitas produksi, penyimpanan dan penyajian
 - e. Pengambilan contoh bahan maupun produk akhir jika diperlukan.
- Dengan demikian, kriteria yang sudah dipenuhi oleh Pemilik usaha untuk memperoleh sertifikasi halal telah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan

oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).

Setelah selesai mengisi dokumen yang dipersyaratkan, maka tahap selanjutnya sesuai dengan diagram alir proses sertifikasi halal sebagai berikut:

Gambar. 2.2 Alur Sertifikat Halal



© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

2.5. PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan peneliti saat ini	Perbedaan peneliti saat ini	Kesimpulan
1	Meika Wahyuni (2015)	Persepsi Konsumen muslim Terhadap Sertifikat Halal	Sama-sama meneliti tentang variabel bebas . persepsi konsumen dan sertifikat halal.	Penelitian saat ini menggunakan variabel terikat keputusan pembelian	Faktor yang paling mempengaruhibahwa Persepsi Konsumen berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2	Ismi Aziz Makrufah (2017)	Pengaruh Citra Merek, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik	Sama-sama meneliti variabel terikat . keputusan pembelian	Peneliti saat ini menggunakan variabel bebas persepsi konsumen atas sertifikat halal	Faktor ini menunjukkan bahwa Citra Merek dan Label Halal berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
3	Aris Styawan (2015)	Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	Sama-sama meneliti variabel terikat, keputusan	Peneliti saat ini menggunakan variabel bebas persepsi	Faktor penelitian ini menunjukan bahwa Persepsi Label Halal berpengaruh Positif dan signifikan

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Konsumen	pembelian	konsumen atas sertifikat halal	terhadap Keputusan Pembelian
4	Ratih Kusuma Dewi (2015)	Studi Analisis Terhadap Sistem Jaminan Halal Produk Pada IKM Bersertifikat Halal	Sama-sama meneliti tentang sertifikat halal	Peneliti saat ini menggunakan variabel terikat keputusan pembelian dan variabel bebas persepsi konsumen	Faktor penelitian ini menunjukkan bahwa Analisis Sistem Jaminan Halal berpengaruh Positif dan signifikan.
5	Yuditia Dwi Febriani (2016)	Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Pribadi	Sama-sama meneliti variabel terikat keputusan pembelian dan variabel bebas persepsi konsumen	Penelitian saat ini menggunakan variabel bebas, persepsi konsumen atas sertifikat halal	Faktor penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Konsumen berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2.6. KERANGKA PEMIKIRAN

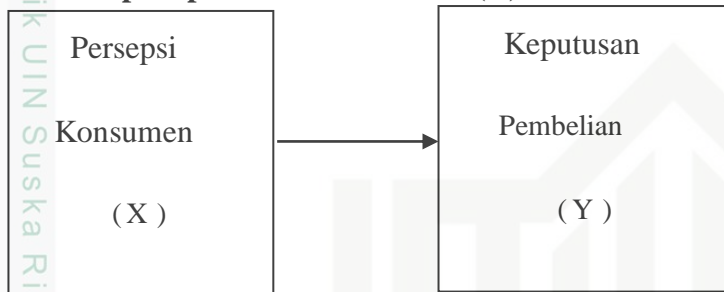
Kerangka pemikiran menggambarkan pengaruh antara variabel terikat, yaitu Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Sertifikat Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Coffee Too Kota Pekanbaru. Berdasarkan telaah pustaka

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

di atas, maka penelitian ini dapat digambarkan dalam model penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian Persepsi konsumen (X) terhadap Keputusan Pembeliann (Y)



Sumber: Kotler (2007:153)

Keterangan:

X = Persepsi Konsumen

Y = Keputusan Pembelian

2.7. VARIABEL PENELITIAN

Menurut **Sugiyono (2013:58)** pengertian variabel adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, sesuai dengan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh informasi akuntansi diferensial terhadap pengambilan keputusan manajemen.maka pengelompokan variabel-variabel yang mencakup dalam judul tersebut dibagi menjadi dua variabel yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Pengertian variabel independen menurut **Sugiyono (2013:39)** adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dalam hal ini variabel independennya adalah informasi akuntansi diferensial.

b. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Pengertian variabel dependen menurut **Sugiyono (2013:39)** adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini, pengambilan keputusan manajemen sebagai variabel dependen.

2.8. KONSEP OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Definisi operasional adalah batasan atau spesifikasi dari variabel-variabel penelitian yang secara konkrit berhubungan dengan realitas yang akan diukur oleh peneliti. Penjelasan masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Persepsi Konsumen (X)	Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, menginterpretasi masukan informasi menciptakan gambaran yang memiliki arti (Kotler dalam Ramadhan (2013:10)).	1. Perhatian selektif 2. Distorsi Selektif 3. Ingatan Selektif Kotler dalam Ramadhan (2013:45)	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen, (Schiffman dan Kanuk (2009: 112),).	1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek 3. Kemantapan pada sebuah produk 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 5. Melakukan pembelian ulang Kotler dalam Ardiansyah, (2012:26)	Likert
-------------------------	--	--	--------

2.9. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. (Sugiyono,2012:93). Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan di atas, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H : Diduga Persepsi Konsumen atas Sertifikat Halal berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Coffee Too Kota Pekanbaru.