

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.



PENGARUH LABEL HALAL, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DI KEDAI KOPI BENGKALIS PEKANBARU

TESIS

Diajukan untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister Ekonomi (M.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

MOHAMMAD FAISAL
NIM 22190314922

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
1444 H/ 2023 M**

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.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO BOX. 1004
Phone & Facs. (0761) 858832, Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id> Email : pasca@uin-suska.ac.id

Lembaran Pengesahan

Nama : Mohammad Faisal
 Nomor Induk Mahasiswa : 22190314922
 Gelar Akademik : M.E.(Magister Ekonomi)
 Judul : Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru

Tim Penguji

Dr. Trian Zulhadi, S.E.,M.Ec.
Ketua / Penguji I

Dr. Herlinda, M.A.
Sekretaris / Penguji II

Dr. Mahyarni, S.E.,MM.
Utama /Penguji III

Dr. Budi Azwar, S.E.,M.Ec.
Penguji IV

Tanggal Ujian/Pengesahan : 17 April 2023



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.

Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM
 DOSEN PASCASARJANA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS
 Perihal: Tesis Saudara
Mohammad Faisal

Kepada Yth.
Direktur Pascasarjana
 UIN Suska Riau
 di-
Pekanbaru

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan terhadap isi tesis saudara:

Nama : Mohammad Faisal
 NIM : 22190314922
 Program studi : Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : Ekonomi Syariah
 Judul : Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru

Maka dengan ini dapat disetujui dan diuji untuk diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, April 2023
 Pembimbing I

Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM
 NIP. 197008261999032001

UIN SUSKA RIAU



Dr. Hj. Julina, SE, M.Si
DOSEN PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal: Tesis Saudara
Mohammad Faisal

Kepada Yth.
Direktur Pascasarjana
 UIN Suska Riau
 di-
 Pekanbaru

Assalamualaikum Wr. Wb.


Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan terhadap isi tesis saudara:

Nama : Mohammad Faisal
 NIM : 22190314922
 Program studi : Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : Ekonomi Syariah
 Judul : Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru

Maka dengan ini dapat disetujui dan diuji untuk diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, April 2023
 Pembimbing H


Dr. Hj. Julina, SE, M.Si
 NIP. 197307221999032001

- 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.

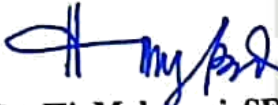
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kami yang bertanda tangan di bawah ini, selaku pembimbing tesis dengan ini menyetujui bahwa tesis yang berjudul **“Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru”** yang ditulis oleh:

Nama : Mohammad Faisal
NIM : 22190314922
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Untuk diajukan pada sidang Munaqasah Tesis pada Program Pascasarjana
UIN Sultan Syarif Kasim Riau.


Tanggal: April 2023
Pembimbing I


Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM
NIP. 197008261999032001

Tanggal: April 2023
Pembimbing II


Dr. Hj. Julha, SE, M.Si
NIP. 197307221999032001

Mengetahui
Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah


Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec.
NIP. 197602112007101002

- 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.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Faisal
NIM : 22190314922
Program studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya tulis dengan judul **“Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dari Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau, merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan (Tesis) ini, yang saya kutip dari karya orang lain, telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian (Tesis) ini bukan hasil karya saya sendiri atau plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Pekanbaru, April 2023



Mohammad Faisal
NIM. 22190314922

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.



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.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tak lupa salawat beriring salam untuk Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan tuntunan bagi kehidupan dunia dan akhirat.

Dalam tesis ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Ekonomi (M.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penyusunan Tesis ini tentunya tidak terlepas dari partisipasi dan dukungan dari berbagai pihak terutama untuk kedua orang tua tercinta, ayahanda Abdul Wahab dan ibunda Machroni Muchtar, serta istri tercinta Chairunnisa yang telah memberikan do'a dan dukungan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Selain itu, penulis banyak mendapatkan bantuan, motivasi, serta bimbingan, dan pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

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.

Rektor UIN Suska Riau Prof. Dr. H. Hairunnas, M.Ag., beserta Wakil Rektor I Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag., Wakil Rektor II Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd., Wakil Rektor III Prof. Dr. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D., yang telah memberikan kesempatan belajar bagi peneliti untuk menimba ilmu di Perguruan Tinggi ini.

Direktur Pascasarjana UIN Suska Riau Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA., Wakil Direktur Pascasarjana UIN Suska Riau Dr. Hj. Zaitun, M.Ag., beserta seluruh jajaran staf dan karyawan.

3. Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec., Sekretaris Jurusan Magister Ekonomi Syariah Dr. Herlinda, M.A. yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan.

4. Pembimbing I Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM dan Pembimbing II Dr. Hj. Julina, SE, M.Si yang senantiasa memberikan bimbingan, kritik, saran serta motivasi dari awal hingga akhir penulisan Tesis ini.

Segenap dosen program studi Magister Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi bagi penulis.

Bapak Sarjono yang telah memberikan kesediaan dan kemudahan untuk melakukan penelitian di Kedai Kopi Bengkalis, beserta seluruh karyawan.

Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan do'a kepada penulis.



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.

Akhir kata semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan, dan semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan memberikan banyak manfaat bagi setiap orang yang membutuhkan bahan referensi dan informasi.

Billahitaufiq wal hidayah,

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, April 2023

Peneliti,

Mohammad Faisal

NIM 22190314922

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	x
ABSTRAK.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan Penelitian.....	12
1. Identifikasi Masalah.....	12
2. Pembatasan Masalah.....	13
3. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1. Tujuan Penelitian.....	13
2. Manfaat Penelitian.....	14
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	16
1. Strategi Pemasaran.....	17
2. Produk Halal.....	21
3. Konsumsi Produk Halal.....	26
4. Minuman Halal dalam Islam.....	29

- 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.



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.

5. Label Halal.....	32
6. Manfaat Labelisasi Halal.....	36
7. Kebutuhan Jaminan Produk Halal Bagi Konsumen.....	37
8. Hubungan Persepsi dan Perilaku Konsumen.....	39
9. Persepsi Harga.....	41
10. Lokasi.....	43
11. Keputusan Pembelian.....	45
B. Hubungan Antar Variabel.....	48
1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi.....	49
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi.....	50
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi.....	51
C. Penelitian yang Relevan.....	51
D. Konsep Operasional Variabel.....	60
E. Hipotesis Penelitian.....	61

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	65
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	65
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	66
1. Populasi.....	66
2. Sampel Penelitian.....	66



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.

D. Teknik Sampling.....	67
E. Variabel Penelitian.....	68
F. Definisi Operasional Variabel.....	69
G. Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	71
1. Pengumpulan Data.....	71
2. Instrumen Pengumpulan Data.....	72
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	75
1. Uji Validitas.....	75
2. Uji Reliabilitas.....	76
I. Teknik Analisis Data.....	76

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.....	82
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	84
1. Deskriptif Data Penelitian.....	84
2. Uji Instrumen Penelitian.....	96
3. Uji Asumsi Klasik.....	103
4. Pengujian Hipotesis.....	110
C. Pembahasan Analisis Data.....	115

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	121
B. Saran.....	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Daftar Sejumlah Kafe di Kota Pekanbaru.....	8
Tabel 2.1	Penelitian yang Relevan.....	51
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	70
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	85
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	85
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	86
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	86
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Kecenderungan untuk Mengonsumsi Kopi di Kafe.....	87
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kopi yang Sering Dipesan.....	88
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Kopi yang Sering Dipesan.....	88
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Mengonsumsi Kopi.....	89
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden Tentang Label Halal.....	90

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.



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.

Tabel 4.11	Distribusi Jawaban Responden Tentang Persepsi Harga.....	91
Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Responden Tentang Lokasi.....	93
Tabel 4.13	Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian....	94
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal.....	97
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	98
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi.....	98
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	99
Tabel 4.18	Interpretasi Nilai <i>Alpha</i> Terhadap Reliabilitas.....	101
Tabel 4.19	Uji Reliabilitas Label Halal.....	101
Tabel 4.20	Uji Reliabilitas Persepsi Harga.....	102
Tabel 4.21	Uji Reliabilitas Lokasi.....	102
Tabel 4.22	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	103
Tabel 4.23	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	104
Tabel 4.24	Hasil Uji Multikolinearitas.....	107
Tabel 4.25	Hasil Uji Regresi.....	110
Tabel 4.26	Hasil Uji t hitung.....	112
Tabel 4.27	Hasil Uji Determinasi (R^2).....	114



DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Label Halal Lama dan Baru.....	36
Gambar 2.2	Konsep Operasional.....	61
Gambar 4.1	Etiket Merek Kedai Kopi Bengkalis.....	82
Gambar 4.2	Sertifikat Halal Kedai Kopi Bengkalis.....	83
Gambar 4.3	Sertifikat Merek Kedai Kopi Bengkalis.....	83
Gambar 4.4	Kurva Histogram.....	105
Gambar 4.5	Kurva Normal <i>p</i> -plot.....	106
Gambar 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	109

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Huruf Arab	Huruf Latin	Huruf Arab	Huruf Latin
أ	A	ذ	Dz
ب	B	ر	R
ت	T	ز	Z
ث	Ts	س	S
ج	J	ش	Sy
ح	H	ص	Sh
خ	Kh	ض	Dh
د	D	ط	Th
ذ	Zh	م	M
ر	,	ن	N
و	Gh	و	W
هـ	F	هـ	H
ق	Q	ء	,
ك	K	ي	Y
ل	L		

- 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.



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.

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَـي	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـَـو	Fathah dan wau	au	a dan u

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَـا	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ـِـا	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
ـُـا	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

D. Ta' Marbutah

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.

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu:

1. *Ta' marbutah* hidup, yakni mendapat harakat *fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah “t”.
2. *Ta' marbutah* mati, yakni mendapat harakat *sukun*, transliterasinya adalah “h”.
3. Kalau pada kata terakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, *maka ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan “h”.

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ﻻ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariyah*

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.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyah* ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun *qamariyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara *hamzah* yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fail*, *isim* maupun huruf ditulis terpisah.

Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu

didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.



ABSTRAK

UIN SUSKA RIAU

Mohammad Faisal, (2023): Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru

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.

ملخص

محمد فرصل، (2023): أثر استخدام ملصق الحلال، والإدعاء عن الثمن والميلان في تعيين شراء القهوة في مقهى القهوة بينكاليبس بكنبارو

إن تجارة القهوة في بكنبارو تتطور بسرعة الآن. وهذا التطور يؤكد تطور الثقافة الجديدة لدى المجتمع حيث أن المقهى لا يكون مكان لشرب القهوة لكن ينتفعه المجتمع للمستراحات بين البعض بعضا، فيكون شرب القهوة عادة من العادات الجديدة في حياة المجتمع. وكانت القهوة إحدى المشروبات الشائعة حيث لها تنوعات كثيرة في طعمها وفيها زيادة طهو الوصفة. فالإهتمام بطهو الوصفة ضروري جدا وتتضمن فيه عملية صناعتها. ومن حيث الثمن أنها رخيصة لكل تنوعات، ومن حيث المكان أنه وقع في وسط المدينة وكان مريحا لضيوف المقهى، ويتسر للضيوف على اختيار قائمة المشروبات. هذا البحث يهدف إلى معرفة أثر استخدام ملصق الحلال، والإدعاء عن الثمن والميلان في شراء القهوة في مقهى القهوة بينكاليبس بكنبارو. وعدد مجتمع البحث الضيوف الذين شربوا القهوة في مقهى القهوة بينكاليبس بكنبارو، حيث اشترى القهوة أكثر من ثلاث مرات أو كان المشترين عميلين، وعدد المستجيبين مائة وستة وستون نفرا. وأسلوب تحليل البيانات تحليل إحصائي حدودي على مساعة أداة البرنامج الإحصائي بطراز 21،0.

بناء على نتيجة التحليل أن استخدام ملصق الحلال لا يتأثر في تعيين الشراء، وأن الإدعاء عن الثمن تأثر تأثيرا إيجابيا هاما في تعيين الشراء. ونتيجة التحليل بانتفاع الاختبار الإنحسابي أن العامل المؤثر المتسيطر في تعيين شراء القهوة في مقهى قهوة بنكاليبس إدعاء الثمن. ومدى قيمة معامل الموحد بيتا 0،490.

الكلمات الرئيسية: ملصق الحلال، إدعاء الثمن، الميلان، تعيين الشراء

ABSTRACT

Mohammad Faisal, (2023): The Effect of Halal Label, Perceived Price, and Location to Coffee Purchasing Decisions at Bengkalis Coffee Shop Pekanbaru

The development of coffee business trends in Pekanbaru has been going quite rapidly in recent times. This development is supported by the development of a new culture in society which makes coffee shops are not just a place to taste coffee, but also a place to relax with friends or the community, so that, the culture of drinking coffee becomes a new habit and develops into a part of the lifestyle in society. As a popular drink, the coffee served has many variants and flavors, which add additional ingredients to the mix. This additional ingredient really needs to be considered for its halal status, including how to be processed. Affordable prices with modern coffee variations and a convenient city center location making easier for cafe visitors to make choices in making purchases. This research aimed at knowing the effect of halal label, perceived price, and location to coffee purchasing decisions at Bengkalis Coffee Shop Pekanbaru. The population of this research were visitors who consumed coffee at the Bengkalis Coffee Shop living in Pekanbaru area at least more than 3 times a purchase or who were regular customers. The samples of this research were 166 respondents. The data were analyzed by using parametric statistics technique using SPSS 21.0 software. The findings of this research showed that halal label was not effect on purchasing decisions, price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions, and location has a positive and significant effect on purchasing decisions. From the regression test was concluded that the most dominant factor influencing the decision to purchase coffee at Bengkalis Coffee Shop was price perception with a beta standardized coefficient (0.490).

Keywords: Halal Label, Perceived Price, Location, Purchasing Decisions

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan salah satu minuman yang terus eksis dari waktu ke waktu.

Eksistensinya terus meningkat seiring dengan peningkatan kreatifitas dari pelaku usaha dalam mengelola kopi. Saat ini kopi telah dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat. Dilansir dari IDN Times, penikmat kopi di Indonesia pada 2019 didominasi oleh pekerja kantoran (47,9%) dan menduduki peringkat kedua yakni mahasiswa (35,5%).¹

Sebagai sebuah minuman yang populer di kalangan masyarakat, kopi mempunyai banyak varian dan rasa. Bahkan, para barista (peracik kopi) terus melakukan inovasi untuk menciptakan cita rasa terbaik yang telah dimilikinya. Berbagai inovasi inilah yang membuat status kopi menjadi diragukan. Walaupun biji kopi sendiri berasal dari tumbuhan yang halal, namun akibat dari proses pengolahannya dapat menjadikan kopi diragukan kehalalannya.

Saat ini setidaknya ada tiga jenis kopi yakni kopi murni, kopi sachet dan kopi di kafe-kafe.² Kopi murni secara bahan merupakan 100% kopi yang berasal dari biji kopi yang disangrai hingga dihaluskan tanpa ada tambahan bahan

¹ Chairunnisa Nadha, "Mengenal Kopi Sebagai Gaya Hidup." *Halal MUI*, 25 Maret 2020, halalmui.org/mengenal-kopi-sebagai-gaya-hidup/

² Chairunnisa Nadha, "Kopi? Sudah Pasti Halalkah? Pelajari Titik Kritis Kehalalan Kopi." *Halal MUI*, 1 September 2021, halalmui.org/kopi-sudah-pasti-halalkah-pelajari-titik-kritis-kehalalan-kopi/

apapun sehingga harganya menjadi mahal. Status kehalalan pada kopi ini terletak pada proses sangrainya yang dicampur bahan lain, contohnya lemak mentega. Jika digunakan komponen lemak hewani (kebanyakan adalah lemak sapi), maka proses penyembelihannya harus sesuai syariat Islam. Selain bahan, penggunaan fasilitas pada proses sangrai itu sendiri harus diperhatikan, dimana fasilitas harus terbebas dari kontaminasi bahan tidak halal dan najis.

Jenis kopi yang kedua adalah kopi sachet, yaitu kopi bubuk yang sudah dicampur dengan bahan utama lainnya, seperti gula, susu maupun krimer. Kehalalan bahan tambahan dan bahan penolong yang dipakai dalam proses pengolahannya harus benar-benar diperhatikan. Bahan *emulsifier* yang digunakan dapat berasal dari bahan hewani dan bahan nabati. Apabila berasal dari bahan hewani, maka sudah tentu harus dipastikan berasal dari hewan yang halal. Bahan penyusun flavor (perisa) bisa diperoleh dari senyawa sintetik kimia, tumbuhan maupun hewan. Apabila diekstrak dari hewan atau berbahan dasar asam amino hewan, maka harus dipastikan bahwa flavor ini berasal dari hewan halal yang disembelih secara syar'i.

Jenis kopi yang ketiga adalah kopi yang ditawarkan di kafe-kafe. Kopi ini menggunakan bahan tambahan yang semakin banyak, sehingga titik kritisnya pun menjadi kompleks. Untuk jenis kopi espresso, kopi gelap, titik kritisnya lebih sedikit. Selain itu ada kopi latte, cappucino yang lebih rumit dari espresso karena memakai bahan lain semisal susu dan yang lainnya. Bahan tambahan yang dipakai dalam meracik kopi ini sangat perlu diperhatikan kehalalannya.

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.

Industri *Food & Beverage* (F&B) adalah salah satu industri yang telah ada dan berkembang sejak lama. Jenis bisnis yang dikategorikan masuk dalam industri *F&B* yaitu bisnis yang menempatkan makanan atau minuman sebagai poros bisnisnya, termasuk *F&B service*. Seiring dengan perkembangan zaman, pengertian *F&B service* mengalami perluasan makna.

Secara umum, pengertian *F&B service* adalah sebuah istilah yang menggambarkan layanan penyajian makanan kepada pelanggan. Biasanya, sebuah bisnis menawarkan layanan tersebut secara bersama-sama dengan menjual produk makanan atau minuman (*F&B product*).³ Contoh bisnis untuk menggambarkan gabungan *F&B service* dan *F&B product* adalah kedai kopi, dimana pemilik bisnis menawarkan produk makanan atau minuman untuk dibeli serta tempat dan penyajian makanan untuk dinikmati pelanggan.

Saat ini terlihat adanya fenomena baru di masyarakat dimana kedai kopi menjadi salah satu referensi tempat yang digemari oleh masyarakat, namun rata-rata pengunjung datang tidak hanya sekedar mencicipi kopi melainkan juga bersantai dengan teman atau kelompoknya, sehingga budaya minum kopi menjadi kebiasaan baru di masyarakat. Selain munculnya budaya baru, pesatnya pertumbuhan kedai kopi di Indonesia juga dipengaruhi oleh jangkauan konsumen kedai kopi yang mampu menyentuh segala klaster konsumen mulai dari anak muda, orang tua, baik yang berstatus pelajar, mahasiswa maupun pekerja.

³ Farhansyah, "Pengertian *F&B Service Modern* serta Jenis-Jenis Trennya!", Insight Talenta, 2 Juni 2020, talenta.co/blog/insight-talenta/pengertian-fb-service-modern-serta-jenis-jenis-trennya/

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.

Seperti yang diketahui saat ini, salah satu usaha mikro yang saat ini sedang mengalami perkembangan cukup pesat di Indonesia adalah usaha kedai kopi. Menurut Chairman Specialty Coffee Association of Indonesia (SCAI), sampai dengan Agustus 2019 kontribusi kedai kopi terhadap serapan kopi produksi dalam negeri mencapai 25%-30%. Hal ini disebabkan karena para penikmat kopi di Indonesia lebih senang menikmati minuman kopi yang lebih enak di kedai kopi sambil melakukan kegiatan lain daripada kopi instan atau sachet dengan harga yang relatif terjangkau karena kedai-kedai kopi juga memasang tarif yang cukup kompetitif.⁴

Toffin sebagai *coffee business platform* di Indonesia juga telah melakukan wawancara dengan para pemangku kepentingan di industri kedai kopi Indonesia. Dari hasil wawancara diketahui ada tujuh faktor yang mendorong pertumbuhan bisnis kedai kopi di Indonesia, yaitu:⁵

1. Kebiasaan nongkrong sambil minum kopi.
2. Meningkatnya daya beli konsumen, tumbuhnya kelas menengah, dan harga RTD (*ready to drink*) kopi di toko-toko modern semakin terjangkau.
3. Peranan anak muda yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi.
4. Adanya medsos yang memberikan kemudahan bagi para pebisnis *coffee*

⁴ Dewi Aminatuz Zuhriyah, "Industri Kedai Kopi Ditaksir Tumbuh 20% Tahun Ini." *Bisnis.com*, 22 Agustus 2019, ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini/

⁵ Bagas Hapsoro, "Menguatnya Ekonomi Rakyat, Maraknya Bisnis Kedai Kopi di Indonesia." *Trip Hacks*, 31 Januari 2022, triphacks.id/menguatnya-ekonomi-rakyat-maraknya-bisnis-kedai-kopi-di-indonesia/

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.

shop untuk melakukan kegiatan pemasaran dan promosi.

5. Hadirnya *platform ride hailing* (Grabfood dan Gofood) yang mempermudah proses penjualan.
6. Rendahnya jumlah *entry barrier* dalam bisnis kopi yang didukung oleh ketersediaan bahan baku, peralatan (mesin kopi) dan sumber daya untuk membangun bisnis kedai kopi.
7. Margin usaha kedai kopi relatif tinggi.

Berdasarkan data Sistem Informasi Halal (Si HALAL) pada Oktober 2022, selama kurun waktu 2019-2022, tercatat sebanyak 749.971 produk telah disertifikasi halal. Jadi rata-rata ada 250 ribu produk per tahun yang berhasil diberikan sertifikasi halal. Rata-rata ini meningkat jika dibandingkan angka sertifikasi halal sebelum dikelola BPJPH yang hanya berjumlah 100 ribu per tahunnya.⁶

Sertifikat halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk menyatakan secara resmi bahwa suatu barang atau jasa benar-benar halal atau sesuai dengan syariat Islam. Termasuk syarat untuk mendapatkan label halal yang bisa ditempelkan di kemasan produk maupun *banner* usaha.⁷

Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip dari portal berita Tempo pada tahun 2019, mayoritas dari 1,6 juta pelaku UKM belum mengantongi sertifikasi jaminan produk halal. Jumlah pelaku UKM yang

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.

⁶ Indah, "Lima Tahun BPJPH, Ini Capaian Jaminan Produk Halal di Indonesia." *Kemenag RI*, 22 Oktober 2022, kemenag.go.id/read/lima-tahun-bpjph-ini-capaian-jaminan-produk-halal-di-indonesia-

⁷ gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/sertifikat-halal-adalah/

tersertifikasi baru sekitar 160 ribuan.⁸ Kafe yang telah bersertifikat halal MUI masih sedikit jumlahnya, oleh karena itu masyarakat dihimbau untuk selalu kritis dalam memperhatikan bahan-bahan yang dipakai pada kopi di kafe tersebut.⁹

Melihat adanya fenomena baru dimana masyarakat banyak menghabiskan waktu di kedai kopi dalam beberapa kurun waktu terakhir ini, dan masih sedikitnya kedai kopi yang berlabel halal, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait kehalalan kopi yang disajikan di kedai-kedai kopi di kota Pekanbaru.

Pada dasarnya kopi halal dikonsumsi karena berasal dari tumbuhan halal. Jika sajian kopi yang ditawarkan kepada pengunjung di kedai kopi merupakan sajian kopi manual yang menggunakan biji kopi halal, maka status kehalalannya jelas. Namun yang menjadi kekhawatiran adalah variasi dari sajian kopi itu sendiri, seperti *latte*, *cappucino* ataupun sajian kopi lainnya yang menggunakan bahan tambahan atau diproses dengan metode tertentu. Bahan tambahan dan proses itulah yang membuat kehalalan kopi diragukan.

Data Direktorat Jenderal Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri mencatat, jumlah penduduk Riau sebanyak 6,45 juta jiwa pada Juni 2021. Dari jumlah tersebut, sebanyak 5,62 juta jiwa atau 87,11% penduduk di provinsi tersebut memeluk agama Islam.¹⁰ Artinya, mayoritas penduduk di provinsi yang memiliki sebutan Bumi Lancang

⁸ Eko Wahyudi, "Baru 10 Persen UMKM yang Kantungi Sertifikat Halal." *Tempo*, 29 Juni 2019, bisnis.tempo.co/read/1219420/baru-10-persen-umkm-yang-kantungi-sertifikat-halal

⁹ Nadha, "Kopi? Sudah Pasti Halalkah? Pelajari Titik Kritis Kehalalan Kopi", Loc. Cit.

¹⁰ Viva Budy Kusnandar, "Sebanyak 87% Penduduk Riau Beragama Islam pada Juni 2021". *databoks*, 02 Oktober 2021, databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/02/sebanyak-87-penduduk-riau-beragama-islam-pada-juni-2021

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 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.

Kuning tersebut muslim sehingga dalam hal ini ketersediaan produk halal menjadi komponen yang sangat penting keberadaannya. Dan sebagai muslim harus mengikuti apa yang diperintahkan oleh Allah Swt. sebagaimana firman-Nya dalam QS. *Al-Maidah: 88*, “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik (*thayyib*) dari apa yang telah direzekikan kepadamu dan bertaqwalah kepada Allah dan kamu beriman kepada-Nya.”

Pemerintah sendiri melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) telah mewajibkan sertifikasi halal paling lambat 17 Oktober 2024 antara lain untuk produk minuman dan bahan penolong untuk produk minuman. Jika sampai 17 Oktober 2024 belum bersertifikat halal, maka dapat dikenakan sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sertifikasi halal pada produk perlu dilakukan untuk menjamin dan memastikan kepada masyarakat bahwa produk yang diproduksi benar-benar halal untuk dikonsumsi. Hal tersebut juga sebagai upaya pemerintah dalam rangka memberikan fasilitas bagi masyarakat untuk menjalankan perintah sesuai dengan syariat.

Jika sertifikasi halal ini tidak disikapi dengan serius baik oleh produsen ataupun konsumen, maka apa yang telah disyariatkan dalam Islam perihal konsumsi makanan ataupun minuman tidak akan memperoleh *mashlahah*, karena kehalalan suatu produk adalah bagian dari menciptakan *mashlahah*.

Berikut sejumlah kafe yang telah berizin dan memiliki/tidak memiliki sertifikat halal di Kota Pekanbaru:

Tabel 1.1
Daftar Sejumlah Kafe di Kota Pekanbaru

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.

No	Nama	Alamat	Sertifikat Halal	
			Ada	Tidak Ada
1	Wareh Kupie	Jl. Arifin Ahmad No.91A		√
2	Otter's Koffie	Jl.Arifin Achmad No.93 & 93 A	√	
3	Koojai Cafe	Jl. Arifin Ahmad		√
4	Zaki Coffee	Jl. Arifin Ahmad		√
5	Starbucks Sudirman Pekanbaru	Jl. Jenderal Sudirman	√	
6	Viz Cafe	Jl. Arifin Ahmad		√
7	Suka Coffee	Jl. Arifin Ahmad No.97A	√	
8	Leng Coffee	Jl. Arifin Ahmad No.8		√
9	Jeber Cafe Platinum	Jl. Arifin Ahmad No. 3B dan 3C		√
10	Kedai Kopi Bengkalis	Jl. Soekarno - Hatta No.9 Jl. Ronggo Warsito No. 43 Pekanbaru Jl. Ketitiran No. 21 Sukajadi, Pekanbaru	√	
11	Radja Coffee	Jl. Arifin Ahmad No.89		√
12	Er Coffee	Jl. Arifin Ahmad No.45		√
13	Serambi Coffee	Jl. Arifin Ahmad	√	
14	Kopao	Jl. Arifin Ahmad No.8A		√
15	Riuh Coffee	Jl. Arifin Ahmad No.58		√
16	Kopi Kenangan	Jl. Riau No.59	√	
17	Dhapu Ava Coffe	Jl. Arifin Ahmad		√
18	Cluster Coffee	Jl. Arifin Ahmad		√
19	Kong Djie Coffee	Jl. Arifin Ahmad	√	
20	Abege Cafe	Jl. Arifin Ahmad No.108		√
21	D'star Coffee And Resto	Jl. Arifin Ahmad Komplek Perkantoran Mutiara Asri Garden No.2		√
22	Genta You Cafe	Jl. Arifin Ahmad		√
23	Zuhz Coffee And Bar	Jl. Arifin Ahmad No.6 & 7		√
24	No Name Cafe	Jl. Soekarno - Hatta Pekanbaru	√	
25	Fun House Board Game Cafe	Jl. Arifin Ahmad	√	

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.

No	Nama	Alamat	Sertifikat Halal	
			Ada	Tidak Ada
26	Kuede Kopi Bunda Dewi II	Jl. Arifin Ahmad		√
27	Tepi Laman Cafe	Jl. Arifin Ahmad		√

Sumber: DPMPTSP Pekanbaru (2022)

Persaingan bisnis kedai kopi saat ini mulai bergeser kepada sajian produk kopi berkualitas, harga terjangkau dan konsep gerai lebih sederhana. Ini terlihat dari konsumen yang mulai bergeser dari kafe *high class* ke tempat lebih sederhana. Kedai kopi pinggir jalan dengan ruang terbuka kini peminatnya banyak. Pebisnis kopi kini mulai berpikir menawarkan produknya dengan harga lebih terjangkau.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap konsumen yaitu persepsi akan harga. Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan bagaimana pandangan pelanggan terhadap harga yang ditawarkan mempengaruhi pelanggan tersebut untuk membeli dan merasakan kepuasan.

Banyaknya kafe yang bermunculan di kota Pekanbaru dengan harga yang sangat bervariasi membuat para konsumen banyak melakukan pembelian. Mayoritas konsumen mengevaluasi nilai yang merupakan kombinasi antara harga dan kualitas dalam menetapkan keputusan pembelian. Harga yang ditetapkan oleh penjual akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, sebab konsumen akan melihat apakah harga yang ditawarkan oleh penjual tersebut terjangkau atau tidak.

Peneliti ingin melihat sejauh mana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kopi, khususnya dikaitkan dengan produk yang berlabel halal. Dan apakah konsumen bersedia membayar lebih mahal untuk mengonsumsi kopi di kedai kopi yang berlabel halal seperti halnya yang terjadi pada survei tahunan yang dilakukan oleh Skyquest, dimana konsumen bersedia membayar lebih mahal untuk makanan halal.¹¹

Fenomena lainnya terkait pertumbuhan kedai kopi yang pesat ini adalah munculnya kedai kopi-kedai kopi di berbagai tempat yang tidak hanya berada di pusat keramaian kota, tetapi juga di sudut-sudut jalan kota Pekanbaru, di tempat yang agak jauh dari keramaian dan di lokasi yang tidak dilalui oleh angkutan umum.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh label halal, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian kopi. Kedai kopi yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Kedai Kopi Bengkalis yang tersebar di tiga lokasi di Pekanbaru.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, antara lain kualitas produk dari penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Maskur, 2022, dan Wibowo dan Rusminah HS, 2021; persepsi harga dari penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Maskur, 2022, dan Ekasari dan Jaya, 2021; harga dari penelitian yang dilakukan oleh Rozjiqin dan Ridlwan, 2022, Bayu dkk, 2020, Djatmiko dan Pradana, 2016,

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.

¹¹ Lida Puspaningtyas, "Survei: Konsumen Bersedia Membayar Lebih Mahal untuk Makanan Halal". *Republika*, 08 Februari 2023, ekonomi.republika.co.id/berita/rpr4o7502/survei-konsumen-bersedia-membayar-lebih-mahal-untuk-makanan-halal

Monica, 2018, dan Wibowo dan Rusminah HS, 2021; kualitas layanan dari penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Maskur, 2022; lokasi dari penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Maskur, 2022, Monica, 2018, Mang dkk., 2018, dan Wibowo dan Rusminah HS, 2021; kesadaran halal dari penelitian yang dilakukan oleh Bashir, 2019; label halal dari penelitian yang dilakukan oleh Rozjiqin dan Ridlwan, 2022, Bayu dkk, 2020, Millatina dkk., 2022, Bashir, 2019, dan Ulya dkk., 2022; keyakinan beragama, paparan informasi, dan alasan kesehatan dari penelitian yang dilakukan oleh Ulya dkk., 2022; merk dari penelitian yang dilakukan oleh Bayu dkk, 2020; gaya hidup dari penelitian yang dilakukan oleh Ekasari dan Jaya, 2021; kesadaran merk dari penelitian yang dilakukan oleh Ekasari dan Jaya, 2021, dan Ulya dkk., 2022; sikap pelanggan dari penelitian yang dilakukan oleh Ekasari dan Jaya, 2021, dan Bashir, 2019; *brand image* dari penelitian yang dilakukan oleh Rozjiqin dan Ridlwan, 2022, dan Djatmiko dan Pradana, 2016; serta promosi dari penelitian yang dilakukan oleh Monica, 2018. Penelitian ini ingin menguji beberapa variabel dari penelitian sebelumnya yaitu label halal, persepsi harga, dan lokasi. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dimana peneliti memodifikasi variabel yang digunakan oleh Ekasari dan Jaya, 2021; Yuliana dan Maskur, 2022; Rozjiqin dan Ridlwan 2022; Bayu, dkk., 2020; Millatina, dkk., 2022; Bashir, 2019; Mang, dkk., 2018; dan Monica, 2018.

B. Permasalahan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

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.

Berdasarkan uraian di atas, maka identifikasi masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

a. Masih banyaknya kafe yang belum memiliki sertifikat halal.

Berdasarkan riset IHATEC Marketing Research terhadap generasi milenial, kafe dan restoran memiliki tingkat kepentingan label halal tertinggi dengan nilai 93%, dan makanan dan minuman dengan nilai 92%. Artinya, dari angka-angka ini menunjukkan bahwa konsumen milenial *concern* sekali terhadap produk halal terutama yang langsung *ready to drink* atau *ready to eat*.¹²

b. Harga kopi yang semakin terjangkau

Harga yang terjangkau dengan variasi kopi kekinian membuat pengunjung kafe yang berasal dari berbagai kalangan seperti profesional, mahasiswa, generasi milenial, dan lain-lain lebih mudah menentukan pilihan dalam melakukan pembelian.

c. Munculnya banyak kedai kopi di berbagai tempat

Tuntutan perkembangan zaman saat ini membuat masyarakat cenderung memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi, dimana waktu lebih sering dihabiskan di luar rumah. Salah satu tempat di luar rumah yang sering dikunjungi adalah kafe, yang menawarkan kepraktisan dan kenyamanan sehingga sering dijadikan tempat berkumpul bersama teman atau keluarga, klien, atau hanya sekedar tempat untuk bersantai ditengah kesibukan. Munculnya komunitas-komunitas seperti otomotif, olah raga,

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.

¹² Umar Mukhtar, "Riset I hatec: Milenial Anggap Penting Kafe dan Restoran Berlabel Halal." *Republika*, 22 Juni 2022, www.republika.co.id/berita/rdvxov320/riset-ihatec-milenial-

dan lain-lain yang memerlukan tempat untuk beraktifitas juga memicu peningkatan pertumbuhan kafe di Kota Pekanbaru.

2. Pembatasan Masalah

- a. Penelitian difokuskan pada konsumsi kopi *ready to drink*.
- b. Analisis pengaruh variabel-variabel independen (label halal, persepsi harga, dan lokasi) secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan pembelian kopi).

3. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.
- b. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.
- c. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.
- d. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk melihat:

- a. Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi

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.

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.

Bengkalis Pekanbaru.

- b. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.
- c. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.
- d. Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman bagaimana kajian pengaruh label halal, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian kopi.

b. Bagi pengelola kafe

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, informasi, dan pengetahuan kepada pengelola kafe untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian kopi.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan di bidang Ekonomi Syariah, dan menjadi referensi bagi peneliti lainnya yang ingin melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Fenomena munculnya berbagai kafe di Indonesia memang sedang *booming* dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari peningkatan signifikan jumlah kedai kopi dan konsumsi kopi dalam negeri. Jumlah kedai kopi di Indonesia meningkat tiga kali lipat dari 1.083 gerai pada 2016, menjadi lebih dari 2.937 gerai pada 2019, dan angka tersebut akan terus bertambah. Perkembangan teknologi memiliki pengaruh besar terhadap industri kuliner termasuk kafe-kafe. Perubahan gaya hidup yang kini semakin canggih dan serba cepat dilihat sebagai kesempatan untuk para pebisnis dan pelaku industri kafe memanfaatkan momen ini.¹³

Semakin tinggi pertumbuhan bisnis kafe maka semakin tinggi pula tingkat persaingan para pebisnis dan pelaku industri kafe dalam memasarkan produknya dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu merumuskan strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenangkan persaingan pasar.

¹³ <https://www.undip.id/2022/fenomena-coffee-shop-bisnis-kekinian-di-indonesia/>

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran mempunyai peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa.¹⁴

Masalah label termasuk dalam ruang lingkup *marketing science* karena label memegang peranan penting dalam strategi pemasaran. Bagi umat Islam, aturan halal dan haram adalah hal yang sangat penting. Regulasi halal dapat dijadikan kampanye pemasaran yang efektif untuk pebisnis yang menargetkan segmen pasar masyarakat Islam. Jadi, label halal pada setiap produk yang beredar sudah menjadi suatu keharusan. Tidak hanya label halal saja yang merupakan suatu keharusan dalam produk, tetapi sertifikat halal juga merupakan faktor penting dalam setiap produk halal. Sertifikasi Halal memberikan jaminan keamanan bagi masyarakat muslim untuk mengonsumsi produk yang dapat dibuktikan dengan adanya label halal pada kemasan produk.¹⁵

Dari sisi pemasaran, label halal pada dasarnya memperkuat dan menjamin bahwa produk yang ditawarkan tergolong ke dalam *Islamic Brand*. *Islamic Brand* ini memiliki banyak potensi. Pertama, *brand* ini dapat digunakan secara

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.

¹⁴ Fawzi dkk., “STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi”. (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022), hlm. 9

¹⁵ *Ibid.*

global. Kedua, jika *brand* yang diciptakan berdasarkan nilai-nilai Islam ini dapat diterima pasar muslim global maka negara asal *brand* ini akan dikaitkan dengan label mutu yang bagus. Artinya, label ini secara tidak langsung akan memberi imbas positif pada produk-produk lainnya dari negara yang bersangkutan. Ketiga, pada tingkatan makro, industri produk/jasa halal akan diposisikan sebagai pembangkit perekonomian dan penolong negara dalam membangun tidak hanya kekuatan ekonomi, tetapi juga modal intelektual melalui pengembangan pendidikan dan pengetahuan. Keempat, potensi permintaan untuk segmen muslim sangat besar jika kita menggunakan acuan pada jumlah penduduk yang beragama Islam.¹⁶

Selanjutnya, mengacu pada bagaimana Rasulullah saw. berdagang maka dengan menggunakan terminologi masa kini, yang dilakukan beliau adalah *relationship marketing* (kerja sama pemasaran) yang sangat mengandalkan pada kepercayaan konsumen. Fokus utama dalam kerja sama pemasaran adalah terciptanya nilai bagi konsumen. Semuanya ini dapat diperoleh dari jaminan halal produk yang dihasilkan. Satu hal yang tidak boleh dilupakan adalah dengan adanya *brand* kita menciptakan nilai tertentu bagi produk tersebut.

Jadi, dalam pandangan Islam, produsen memiliki kewajiban untuk menjaga dan menjamin bahwa produk yang dihasilkannya halal karena hal ini akan memberikan berkah kepadanya. Terutama tentunya bagi produk makanan yang langsung masuk ke dalam perut setiap orang dan akan mengalir dalam darahnya.

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.

¹⁶ Tjitroesmi dan Suhodo (ed.), *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global: Perilaku Produsen dalam Memproduksi Produk Halal*, cet.1, (Jakarta: LIPI Press, 2014), hlm. 28.

Perusahaan perlu menganalisis biaya pesaing untuk mengetahui apakah biaya produksinya lebih tinggi atau lebih rendah. Dengan mengetahui hal tersebut, perusahaan dapat menggunakannya sebagai titik orientasi untuk penetapan harganya sendiri. Salah satunya adalah dengan cara menetapkan harga berdasarkan nilai yang dipersiapkan, yakni menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai pembeli.¹⁷ Persepsi konsumen dalam memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli.

Penentuan lokasi perusahaan akan mempengaruhi strategi pemasarannya.¹⁸ Pemilihan lokasi memiliki fungsi yang strategis dalam menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang baik adalah lokasi yang berada pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan keuntungan.¹⁹ Lokasi dengan akses yang mudah dijangkau merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena konsumen akan mempertimbangkan waktu, tenaga dan uang yang diperlukan. Oleh karena itu faktor lokasi sangat menentukan terhadap keputusan pembelian.

Memahami perilaku pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk membangun strategi pemasaran dan mengoperasionalkan pendekatan penjualan bagi pelaku bisnis. Segala tindakan yang dilakukan oleh individu

¹⁷ Fawzi dkk., *Op.Cit.*, hlm. 284

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 183

¹⁹ Monica, "Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso". *International Journal of Social Science and Business*. Volume 2, Number 3, Tahun 2018, hlm. 142

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.

untuk mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan membelanjakan uang untuk berbagai hal disebut sebagai perilaku konsumen.²⁰

Perilaku konsumen dalam membeli sangat penting untuk dipelajari, terutama bagi mereka yang berada dalam bagian pemasaran suatu perusahaan atau organisasi untuk mendapatkan keuntungan dengan memahami konsumen dan mendapatkan loyalitas mereka.²¹

Menurut Alvarez & Fournier, 2016; Hidayat et al., 2021; Rana & Paul, 2017; Tran et al., 2020, proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen juga dipengaruhi oleh faktor upaya pemasaran yang dilakukan oleh produsen, lingkungan sosial budaya, dan bidang psikologis.²² Menurut Jangpanish, 2016; berdasarkan penelitian yang dilakukan di Thailand, konsumen mengevaluasi aspek pemasaran, lokasi, dan harga saat membeli produk.²³

Secara umum manusia mempunyai kebutuhan, dan kebutuhan tersebut haruslah memberikan *mashlahah* baginya, dan selanjutnya akan tercapai *falah* (kemuliaan). Kehalalan suatu produk adalah bagian dari menciptakan *mashlahah*. Oleh karena itu, produsen harus benar-benar memahami syariat Islam sehingga akan berupaya semaksimal mungkin untuk menghasilkan produk-produk yang halal, dan konsumen seharusnya hanya mencari produk-produk yang

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.

²⁰ Islam et al., 2018; Rana & Paul, 2017 dalam Ekasari dan Jaya, “The Determinants of Consumer Purchasing Decisions of Health Food Products: An Empirical Study from Indonesia”. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 8 No 12 (2021) p. 521

²¹ Bashir, “Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers’ Purchase Intention”. *British Food Journal* Vol. 121 No. 9, 2019, hlm. 2002

²² Ekasari dan Jaya, *op.cit*, p. 520.

²³ *Ibid*.

kehalalannya sudah terjamin.²⁴

2. Produk Halal

Produk industri halal, baik makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, bahkan wisata ramah Muslim atau wisata halal saat ini menjadi topik hangat secara global. Negara Indonesia dikenal dalam industri makanan halal sebagai produsen makanan halal terbesar secara global.²⁵ Produk halal mengacu pada produk yang memenuhi syariat Islam. Sementara itu, label merupakan faktor yang signifikan dalam memasarkan sebuah produk. Label termasuk merek, logo ISO, informasi tentang manfaat yang baik dari suatu produk, komposisi, dan label halal. Logo halal mewakili ukuran kualitas dan religiusitas.²⁶

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.

Berbicara produk halal, kriteria halal terbagi dua 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 halal. Sedangkan untuk bahan pangan

²⁴ Tjitroesmi dan Suhodo (ed.), *op. cit.*, hlm. 24.

²⁵ Karim dalam Millatina dkk., “*The Impact Of Halal Label In Halal Food Buying Decisions*”. *Journal of Islamic Economic Laws* Vol. 5, No. 1 January 2022, hlm.162

²⁶ *Ibid.*

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.

yang berasal dari binatang yang halal disembelih dengan menyebut nama Allah. Halal berdasarkan substansi yakni:²⁷

- a. Tidak mengandung daging babi, atau binatang yang dilarang oleh ajaran Islam untuk memakannya;
- b. Semua bentuk minuman yang tidak mengandung alkohol

Ditinjau dari sudut pandang ekonomi Islam, ada 3 (tiga) motivasi produsen untuk berproduksi, yaitu:²⁸

- a. Keuntungan.

Ajaran Islam sangat mendukung usaha-usaha yang dilakukan oleh manusia dalam memperoleh keuntungan sepanjang cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan tersebut tidak melanggar syariat Islam.

- b. Dorongan untuk bekerja

Menurut Ibnu Khaldun, kerja merupakan implementasi fungsi kekhalifahan manusia di bumi. Dengan bekerja manusia akan menjadi berguna di mata Allah dan Rasul-Nya serta terhormat di mata masyarakat.

- c. Tawakal pada Allah Swt.

Kerja keras merupakan bentuk tawakal manusia kepada Allah Swt., karena Allah Swt. tidak menurunkan rezeki begitu saja dari langit. Keadaan seseorang tidak akan berubah jika orang itu sendiri tidak berusaha untuk mengubahnya.

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.

²⁷ Nurlaela, A. Muh. Arfah Pettenreng, Abd. Haris Hamid, *Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*, (Gowa: Pusaka Almaida, 2021), hlm. 33.

²⁸ Tjitroesmi dan Suhodo (ed.), *op. cit.*, hlm. 27.

Produksi makanan halal dapat kita lihat dari motivasi produsen yang berkaitan dengan strategi pemasaran. Dengan jaminan halal, diasumsikan penjualannya akan meningkat karena semakin hari tampaknya kesadaran konsumen terhadap halal semakin meningkat. Selanjutnya, produsen harus bekerja keras karena ia harus senantiasa mengawasi *input*, proses, dan *output* yang halal dan *thoyyib*. Barulah kemudian ia bertawakal pada Allah karena ia sudah berusaha memberikan *mashlahah* yang maksimal pada konsumennya.

Produsen makanan halal harus memiliki komitmen terjaminnya kehalalan tersebut dengan menerapkan *Three Zero's Concept*, yaitu:²⁹

- a. *Zero limit*: tidak boleh ada bahan haram, syubhat, dan najis dalam produk.
- b. *Zero defect*: tidak boleh ada satu pun produk haram yang dihasilkan.
- c. *Zero risk*: tidak ada risiko buruk.

Untuk melihat perilaku produsen, lazimnya yang digunakan adalah pendekatan teori ekonomi konvensional. Perilaku produsen dikaji melalui fungsi produksi. Namun, berdasarkan definisinya saja teori ekonomi konvensional sudah terasa kurang sesuai untuk dijadikan acuan. Menurut definisinya, fungsi produksi adalah hubungan teknis yang menjelaskan jumlah *output* yang dapat dihasilkan oleh seperangkat input tertentu (atau faktor-faktor produksi) dengan tingkat teknologi yang tetap³⁰. Dalam hal ini model-model ekonomi hanya melihat variabel-variabel modal, buruh, energi, dan lainnya yang dapat dikategorikan sebagai faktor produksi sehingga tampaknya tidak ada ruang untuk memasukkan

²⁹ Tjitroesmi dan Suhodo (ed.), *Ibid.*, hlm. 28.

³⁰ *Ibid.*, hlm. 23.

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.

variabel halal yang secara teknis bukanlah faktor produksi.

Lain halnya jika kajian dilakukan dengan melihat sudut pandang Teori Ekonomi Islam yang mengatakan bahwa produksi adalah proses mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi *output* dalam rangka meningkatkan *mashlahah* bagi manusia. Kegiatan produksi itu sendiri adalah kegiatan menciptakan suatu barang atau jasa, sedangkan konsumsi adalah pemakaian atau pemanfaatan hasil produksi tersebut. *Mashlahah* adalah manfaat, lebih tepatnya *mashlahah al'ibad*, yaitu kemanfaatan bagi kehidupan manusia untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dan kemuliaan (*falah*) dalam bingkai nilai-nilai Islam. *Mashlahah al'ibad* adalah tujuan utama syariah Islam, juga menjadi tujuan konsumsi yang Islami, dan dibedakan dari konsep utilitas konvensional.³¹

Manusia secara umum mempunyai kebutuhan dan kebutuhan harus memberikan *mashlahah* baginya. Berangkat dari *mashlahah* inilah baru tercapai *falah* (kemuliaan). Faktor kehalalan suatu produk adalah bagian dari menciptakan *mashlahah* ini sehingga seyogianya produsen yang memahami Islam akan berupaya sekuat mungkin untuk menghasilkan hanya produk-produk yang halal. Di sisi lain, konsumen seyogianya juga hanya mencari produk-produk yang kehalalannya sudah terjamin.

Bagi produsen kegiatan menghasilkan barang dan jasa dapat bernilai ibadah baginya, sepanjang barang dan jasa yang dihasilkannya itu adalah sesuatu yang halal. Jadi, kegiatan produksi dalam Ekonomi Islam bukanlah mencapai laba

³¹ Tjitroesmi dan Suhodo (ed.), *loc.cit.*, hlm. 24.

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.

maksimum melainkan *mashlahah* maksimum. Formulasi *mashlahah* yang harus menjadi perhatian produsen berangkat dari persamaan:³²

$$\text{Mashlahah} = \text{keuntungan} + \text{berkah}$$

$$M = \pi + B$$

π = keuntungan yang merupakan selisih antara total *revenue* (penerimaan) - total *cost* (biaya) atau $\pi = TR - TC$.

Berkah didefinisikan dengan adanya pahala pada produk atau kegiatan yang bersangkutan. Pada dasarnya, hal ini akan diperoleh jika produsen menerapkan nilai-nilai Islam dalam berproduksi. Penerapan nilai-nilai Islam ini sering menimbulkan biaya ekstra yang relatif besar dibandingkan jika mengabaikannya. Di sisi lain, berkah yang diterima merupakan kompensasi yang secara tidak langsung akan diterima produsen atau pendapatan dari berkah (berkah revenue = BR).

Dengan demikian, $B = BR - BC$.

$$M = TR - TC + BR - BC.$$

Penerimaan dari berkah diasumsikan = 0 karena secara indrawi tidak dapat diobservasi karena berkah ini memang tidak secara langsung berwujud material. Berkah tidak datang dengan sendirinya, melainkan harus dicari dan diupayakan kehadirannya sehingga sangat mungkin timbul beban keuangan karena hal ini. Dengan demikian, rumusan untuk *mashlahah* dapat diformulasikan menjadi:

³² Tjitroesmi dan Suhodo (ed.), *Ibid.*, hlm. 25.

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.

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.

$$M = TR - TC - BC$$

Biaya untuk mencari berkah (berkah $cost = BC$) akan membawa implikasi terhadap harga barang dan jasa yang dihasilkan produsen. Jadi, harga jual produk harus sudah mengakomodasi biaya untuk berkah tersebut:

$$BP = P + BC$$

Rumusan *mashlahah* akan berubah menjadi:

$$M = BTR - TC - BC$$

Selanjutnya, dengan pendekatan kalkulus ditemukan bahwa kondisi *mashlahah* optimal (*optimum mashlahah condition*) dapat dinyatakan dengan:

$$BP \, dQ = dTC + dBC$$

dimana, BP dQ adalah nilai dari unit terakhir yang diproduksi, dTC adalah perubahan pada biaya total, dBC adalah biaya berkah total pada unit terakhir yang diproduksi. Seperti analisis marginal lainnya, jika BP dQ masih lebih besar dari pengeluarannya (dTC + dBC) maka produsen akan terdorong untuk memproduksi lagi, tetapi jika penerimaan ini sama dengan pengeluarannya terjadilah posisi keseimbangan. Di antara *mashlahah* bagi konsumen adalah terjaminnya kehalalan makanan yang dikonsumsi dan kebutuhan konsumen ini hanya dapat dipenuhi oleh produsen.

3. Konsumsi Produk Halal

Sebagai orang beriman, konsumsi produk halal harus benar-benar diimplementasikan dalam kehidupan, karena Allah telah memerintahkan dalam ayat Al-Qur'an yang bermakna:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya setan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.” (QS. Al-Baqarah: 168-169).

Sebagai perintah, maka itu berarti kita wajib untuk mengonsumsi yang halal. Karena mengonsumsi yang halal sangat penting, mencakup aspek lahir dan batin. Konsumsi halal akan menghasilkan kesehatan secara rohani dan mendapat berkah dari Allah. Hal ini merupakan manifestasi dalam menaati tuntunan agama Allah, dimana orang yang taat kepada Allah akan mendapatkan ridha dan berkah-Nya.

Orang yang mengonsumsi makanan yang tidak halal (haram), maka amal ibadahnya tidak diterima oleh Allah, doanya tidak pula diperkenankan, dan hidupnya tidak akan pernah tenang. *“Nabi saw. menceritakan seorang laki-laki yang melakukan perjalanan panjang, rambutnya acak-acakan, dan badannya lusuh penuh debu. Sambil menengadahkan tangan ke langit ia berdoa, ‘Wahai Tuhanku, wahai Tuhanku’. Sedangkan makanannya haram, minumannya haram, pakaiannya haram, dan ia selalu bergelut dan dikenyangkan dengan yang haram. (Maka Nabi saw. pun menegaskan), lantas bagaimana mungkin ia akan dikabulkan doanya.”* (HR. Imam Muslim).

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.

Pilihan konsumsi produk dalam Islam hanya ada dua. Kalau tidak mengonsumsi yang halal, berarti mengonsumsi yang haram. Sebagaimana disebutkan dalam hadis Nabi saw., dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir, dia berkata: Saya mendengar Rasulullah saw. bersabda: *“Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas. Di antara keduanya terdapat perkara-perkara yang syubhat (samar-samar) yang tidak diketahui oleh orang banyak. Maka siapa yang takut terhadap syubhat berarti dia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Dan siapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka akan terjerumus dalam perkara yang diharamkan. Sebagaimana penggembala yang menggembalakan hewan gembalaannya disekitar (ladang) yang dilarang untuk memasukinya, maka lambat laun dia akan memasukinya. Ketahuilah bahwa setiap raja memiliki larangan dan larangan Allah adalah apa yang Dia haramkan. Ketahuilah bahwa dalam diri ini terdapat segumpal daging, jika dia baik maka baiklah seluruh tubuh ini dan jika dia buruk, maka buruklah seluruh tubuh; ketahuilah bahwa dia adalah hati.”* (HR. Bukhari dan Muslim).

Dari hadis tersebut dapat dipahami dengan jelas mana yang halal dan mana yang haram. Lalu di antara keduanya ada hal yang *syubhat* atau meragukan. Tapi dalam hadis tersebut, yang *syubhat* juga harus dihindarkan, karena secara *de facto* adalah haram. Sedangkan secara *de jure* dianggap *syubhat* atau meragukan. Sebab, dalam petunjuknya, yang *syubhat* itu harus dihindarkan, jangan dimakan, sampai terbukti kehalalannya. Jadi pemahaman dan implementasinya tidak boleh dibalik,

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.

boleh memakan yang *syubhat*, kecuali kalau terbukti haramnya, sehingga menjadi terlarang.³³

4. Minuman Halal dalam Islam

Allah Swt. telah menjaga umat manusia agar tetap hidup sehat, dimana Dia menurunkan rezeki berupa makanan dan minuman halal yang berlimpah. Namun Allah mengingatkan untuk makan dan minum dari yang halal lagi baik. Inilah bentuk dari kasih sayang Allah kepada hamba-Nya. Hanya makanan dan minuman yang halal lagi baiklah yang mendatangkan kesehatan dan keberkahan. Makanan dan minuman halal lagi baik tersebut dijelaskan dalam Al-Qur'an. Kemudian Rasulullah saw. mencontohkan apa dan bagaimana makanan dan minuman yang halal menurut Islam tersebut.

Allah Swt. menjelaskan di dalam Al-Qur'an minuman apa yang halal lagi baik bagi umat manusia. Meskipun dalam kitab tersebut tidak semua ayat yang menyebutkan secara jelas nama dan jenis minumannya, namun para ulama telah menafsirkan. Dalam *QS. Al Baqarah:168*, Allah menyerukan agar manusia memakan yang terbaik. Makanan yang terbaik maksudnya tidak hanya halal namun juga baik. Makanan yang halal saja belum tentu baik atau cocok dimakan untuk semua orang. Walaupun dalam ayat diatas hanya disebutkan tentang makanan saja, dalil ini juga bisa menjadi dalil tentang minuman juga.

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.

³³ Chairunnisa Nadha, "Konsumsi Produk Halal, Menangkal Perilaku Nakal." *Halal MUI*, 12 Maret 2019, halalmui.org/konsumsi-produk-halal-menangkal-perilaku-nakal/.

Dalam ayat lain Allah berfirman, *“Hai orang-orang yang beriman makanlah dari rezki yang baik-baik yang kami berikan kepada kamu, dan bersyukurlah kepada Allah jika benar-benar kepada Allah kamu menyembah”* (QS. Al Baqarah: 172). Berdasarkan ayat di atas Allah menyuruh manusia agar makan dan minum yang baik-baik dan setelah itu bersyukurlah sebagai bentuk penghambaan kita kepada-Nya.

Dalam Al-Qur’an telah dikatakan dengan jelas, bahwa minuman yang halal lagi baik adalah minuman yang tidak memabukkan. Ini berarti minuman keras dalam Islam seperti khamar adalah haram hukumnya, sebagaimana ayat berikut: *“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya khamar, berjudi (berkorban untuk berhala) dan mengundi nasib adalah perbuatan yang keji, perbuatan syaitan maka jauhilah perbuatan tersebut agar kamu mendapat keberuntungan”*. (QS. Al Maidah: 90)

Dalam hadis Nabi saw. bersabda: *“Sesuatu yang memabukkan dalam keadaan banyak maka dalam keadaan sedikit juga haram”*. (HR. An Nasai, Abu Daud, At Thurmuzi). Dari hadis di atas jelas disebutkan bahwa minuman yang halal lagi baik adalah minuman yang tidak memabukkan, baik dalam kadar yang banyak maupun sedikit.

Pada dasarnya minuman itu adalah baik dan halal untuk dikonsumsi, asalkan sesuai dengan syarat dan ketentuannya. Minuman halal adalah tidak mendekatkan kita pada syaitan, atau bukan untuk hal yang tidak diridhai Allah. Minuman halal dalam Islam tersebut antara lain:³⁴

³⁴ dalamlslam.com/makanan-dan-minuman/minuman-halal/minuman-halal-dalam-islam

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.

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. Minuman yang tidak memabukkan

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an: "*Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi, katakanlah pada keduanya itu terdapat dosa besar dan beberapa manfaat pada manusia namun dosa dari keduanya lebih besar dari manfaatnya*". (QS. Al Baqarah: 219)

b. Minuman dari zat dan proses yang halal

Minuman halal adalah minuman yang zat maupun proses mendapatkannya sesuai aturan Islam. Contoh minuman yang halal zatnya adalah tidak najis, bukan darah, dan lainnya. Kedua, halal cara mendapatkannya, yakni bukan minuman curian atau sejenisnya. Sebagai contoh adalah teh, susu, atau kopi. Pada dasarnya ketiga minuman tersebut adalah minuman halal, namun jika didapat dengan cara yang haram maka hukumnya juga haram.

c. Minuman yang tidak membahayakan

Minuman yang tidak membahayakan baik jasmani, rohani maupun akidah, yakni selain alkohol, atau minuman yang dijampi-jampi untuk merusak akidah seseorang.

Minuman yang baik dan halal akan menjaga tubuh dan jiwa dari hal buruk yang akan menjauhkan manusia dengan sang *Khaliq*. Minuman sejatinya menyehatkan dan berguna untuk kebutuhan tubuh dalam mengolah energi sehingga tubuh bisa berproses dengan sempurna dan menyehatkan organ-organ yang terdapat dalam tubuh manusia itu sendiri.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari mengonsumsi minuman halal lagi baik adalah:

- a. Menyehatkan jasmani dan rohani.
- b. Membuat pikiran jernih sehingga bertambah kedekatan dengan Allah Swt.
- c. Mendapat ridha Allah Swt. Karena orang yang senantiasa menjauhi larangan-Nya dan melakukan perintah-Nya akan selalu dicintai Allah.
- d. Memiliki akhlaq dalam Islam yang baik karena jauh dari hal yang kotor dan najis serta sebagai obat hati dalam Islam. Hati yang bersih melahirkan akhlak yang terpuji.

Minuman yang haram akan berdampak buruk bagi kesehatan, antara lain:

- a. Menimbulkan penyakit hati menurut Islam serta jauh dari Allah Swt.
- b. Mendekatkan manusia pada keburukan dan kerugian.
- c. Merusak hati, jiwa dan pikiran serta mendapat dosa yang besar dari Allah Swt.

5. Label Halal

Label halal adalah tulisan atau pernyataan halal yang dicantumkan pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu barang yang diproduksi suatu perusahaan telah memenuhi ketentuan halal.³⁵

Ajaran Islam tak hanya mengatur ritual atau spiritual saja, tetapi juga

³⁵ *Ibid.*, hlm. 38

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.

seluruh aspek kehidupan umat manusia. Berbeda dengan ibadah, hubungan umat Islam dalam kegiatan sosial (muamalat) merujuk pada prinsip segalanya diperbolehkan kecuali ada dalil atau bukti syar'i yang menyatakan sebaliknya, termasuk konsep halal.

Namun, pengaplikasian sistem pelabelan halal kontras dari konsep awal tersebut. Produk dinilai tak bisa dikonsumsi Muslim kecuali ada logo atau bukti yang membuktikan kehalalannya.

Latar belakang lahirnya konsep sertifikasi halal adalah pada sektor makanan, dimana dulunya pelaku usaha Muslim bisa menjamin kehalalan produknya dengan reputasi yang dikenal baik masyarakat. Hal ini berubah sejak tahun 1970-an di saat berbagai makanan internasional khususnya *fast food* dari Barat mulai masuk pasar Muslim. Banyak dari restoran tidak mengaplikasikan standar Islami pada produksi makanannya sehingga menimbulkan kekhawatiran komunitas Muslim.³⁶

Di Malaysia, etnis Cina dan India yang dibawa kolonial Inggris sebagai pekerja membuat Malaysia memiliki masyarakat plural. Konsep pelabelan halal mencuat sebagai kesepakatan untuk menjamin suatu produk bisa dikonsumsi Muslim. Karena itu, Malaysia membentuk regulasi mengenai sertifikasi halal yang pertama di dunia pada 1975. Situasi ini makin kompleks dengan tingginya globalisasi yang terjadi, bahkan di daerah-daerah non-urban Indonesia.

Rantai pasok produk-produk dari pasar internasional yang semakin

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.

³⁶ Ali Chamani Al Anshory, "Urgensi Sertifikasi Halal". *Republika*, 08 Januari 2022, republika.id/posts/23776/urgensi-sertifikasi-halal

terintegrasi perlu dipastikan kehalalannya, terutama untuk produk-produk impor yang berasal dari negara mayoritas non-Muslim. Karenanya, berbagai institusi, seperti Jabatan Kemajuan Islam Malaysia, Majelis Ugama Islam Singapura, dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) diberi tanggung jawab di masing-masing negara untuk membuat sistem sertifikasi halal pada sebuah produk.

Dibandingkan sertifikasi ‘non-halal’, pelabelan logo halal dinilai realistis bagi perekonomian terbuka seperti Indonesia. Melihat besarnya potensi produk yang diimpor ke Indonesia, penggunaan logo halal lebih aman sebagai filter konsumsi bagi Muslim. Di sisi lain, pelaku usaha yang memproduksi produk haram semestinya juga mencantumkan keterangan tidak halal. Bahkan, berdasarkan PP Nomor 39 Tahun 2021, keterangan ini harus mudah dilihat dan dibaca konsumen.

Di Malaysia, peraturan dan kesadaran mengenai hal ini sudah lazim. Produsen menyampaikan keterangan tersebut secara terbuka atau menambahkan tulisan “*no pork, no lard*” jika mereka belum bisa mengupayakan sertifikat halal. Keterbukaan ini juga ada pada layanan transaksi dan transportasi daring yang memiliki fitur penjelasan halal tidaknya sebuah produk. Pelabelan halal pun dapat mendorong industri ekspor Indonesia karena halal sudah menjadi standar yang diakui secara internasional.

Label halal menjamin produk Indonesia bisa dikonsumsi pasar negara mayoritas Muslim yang memiliki permintaan besar dan mendominasi pasar

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.

di negara-negara minoritas Muslim karena suplai produk halalnya masih relatif rendah. Selain itu, investasi skala internasional bisa diperoleh dengan adanya industri halal, seperti pariwisata, farmasi, atau kosmetik.

Label Halal Indonesia telah ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kemenag dan berlaku secara nasional. Ketetapan ini tertuang dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal sebagai pelaksanaan amanat pasal 37 UU Nomor 33 Tahun 2014. Keputusan Kepala BPJPH berlaku efektif terhitung mulai 1 Maret 2022. Sejak saat itu, Label Halal Indonesia wajib digunakan sebagai tanda kehalalan produk sesuai ketentuan yang berlaku. Namun demikian, pelaku usaha yang memiliki produk yang telah bersertifikat halal sebelum beroperasinya BPJPH serta masih memiliki stok kemasan dengan label halal dan nomor ketetapan halal MUI, diperkenankan untuk menghabiskan stok kemasan terlebih dahulu.³⁷

UIN SUSKA RIAU

Gambar 2.1
Label Halal Lama dan Baru

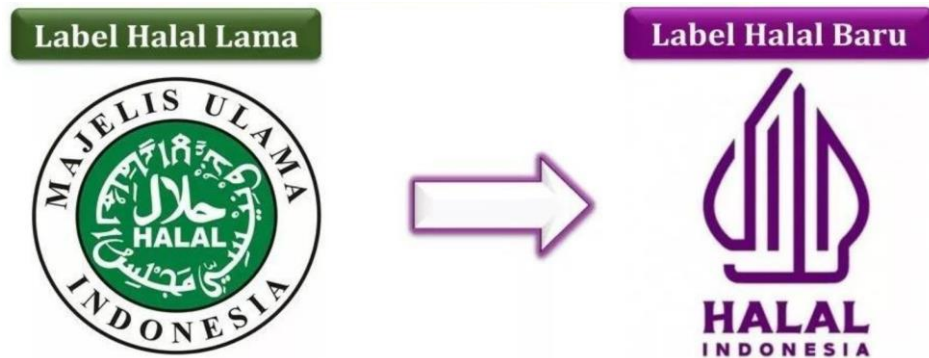
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

³⁷ Kemenag RI, "Label Halal Indonesia Berlaku Mulai 1 Maret 2022, Bagaimana Label Sebelumnya?", 13 Maret 2022, www.kemenag.go.id/read/label-halal-indonesia-berlaku-mulai-1-maret-2022-bagaimana-label-sebelumnya-

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.



6. Manfaat Labelisasi Halal

Pencantuman label halal tidak hanya penting bagi konsumen, tapi juga untuk para produsen. Label halal akan memberikan rasa aman bagi para konsumen, dan juga sebagai jaminan bagi mereka kalau produk yang mereka konsumsi tersebut aman dari unsur yang tidak halal dan diproduksi dengan cara halal dan beretika. Sedangkan bagi produsen, label halal ini berguna dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk-produk mereka. Produk dengan label halal juga akan memiliki daya saing yang lebih tinggi dibanding produk yang tidak mencantumkan label halal di produknya. Dan dengan label halal ini pula produsen dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar lagi dalam menjangkau pasar global. Karena produk-produknya dapat diekspor dan akan dengan mudah diterima oleh negara-negara lain terlebih negara yang mayoritas penduduknya beragama muslim. Dengan meningkatkan pasar produk ke luar negeri maka akan memberikan dampak tinggi pada omzet penjualan produk.

Selanjutnya manfaat label halal bagi perusahaan adalah produk yang dihasilkan akan memiliki *unique selling point*. Hal ini dapat menambah daya

saing dengan kompetitor yang tidak memiliki label halal. Karena produk dengan label halal ini akan menjadi pilihan utama yang dapat membuat calon konsumen bahkan konsumen kompetitor dengan mudah berpaling jika produsen tidak memberikan keunikan yang menguntungkan bagi mereka.

Brand kopi ternama, Kopi Kenangan, merasakan manfaat yang besar dalam perkembangan bisnis perusahaan sejak pihaknya memperoleh sertifikat halal. Terbukti, sejak didapatkannya sertifikat halal pada 7 Oktober 2020, Kopi Kenangan yang awalnya memiliki 320 outlet, per tahun ini naik signifikan menjadi 805 outlet yang tersebar di 45 kota.³⁸

7. Kebutuhan Jaminan Produk Halal bagi Konsumen

Ada beberapa alasan mengapa dalam Ekonomi Islam, tuntutan jaminan halal menjadi suatu keharusan bagi konsumen dan produsen. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:³⁹

a. Ketentuan syar'i.

Keharusan ini berasal dari Allah Swt. dan disampaikan melalui Rasul-Nya.

b. Di dalam (misal: makanan) yang jelas kehalalannya mengandung keberkahan, yang dapat dirasakan pengaruhnya dalam kehidupan.

c. Di dalam yang halal terkandung manfaat dan *mashlahah* yang agung bagi manusia.

d. Di dalam yang halal membawa pengaruh positif bagi perilaku manusia karena ada hubungan yang tidak dapat terlepas antara makanan yang dikonsumsi

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.

³⁸ Yana, "Ini Kata Kopi Kenangan tentang Sertifikasi Halal." *Halal MUI*, 25 November 2022, <http://halalmui.org/ini-kata-kopi-kenangan-tentang-sertifikasi-halal/>

³⁹ Tjitroesmi dan Suhodo (ed.), *op.cit.*, hlm. 25.

dengan perilaku manusia.

Seorang muslim didorong untuk memperoleh makanan, obat, dan kosmetika yang halal dengan standar kualitas yang tinggi. Bagi seorang muslim, sudah menjadi kewajibannya untuk mengonsumsi produk yang halal. Bagi konsumen non muslim, makanan atau produk halal sering dianggap sebagai makanan dengan standar kualitas tertinggi.⁴⁰

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, baik itu berupa makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya. Indonesia dengan pasar konsumen muslim yang sangat besar perlu mendapatkan perhatian dari negara akan jaminan produk halal. Sebagaimana yang tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) bahwa Negara berkewajiban melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan mewujudkan kesejahteraan umum.

8. Hubungan Persepsi dan Perilaku Konsumen

Persepsi konsumen ketika melakukan pembelian sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman, kebutuhan saat itu, nilai-nilai yang dianut dan ekspektasi/ pengharapan.

Konsumen sebagai market pasar yang cerdas tentu dapat memaknai

⁴⁰ Rohman dalam Sayekti, "Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Kelembagaan". Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik, Vol. 5 No. 2, Desember 2014 hal. 196

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.

pengalamannya ketika melakukan pembelian, sehingga mampu membentuk persepsi terhadapnya. Selain itu harapan untuk segera dapat memenuhi kebutuhan pun menyebabkan konsumen menempuh cara-cara yang dirasanya lebih memuaskan.

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang mengembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna dan suara.⁴¹

Persepsi juga dipengaruhi oleh faktor internal berupa pengalaman, kebutuhan saat itu, nilai-nilai yang dianut dan ekspektasi atau pengharapan serta faktor eksternal berupa tampilan produk, sifat-sifat stimulus dan situasi lingkungan.⁴²

Untuk mengetahui mengapa konsumen menerima atau menolak suatu produk atau merek, pemasar harus memperhatikan dengan sungguh-sungguh pandangan konsumen terhadap merek/produk tersebut, meski pandangan tersebut sangat tidak masuk akal sekalipun.

Perilaku konsumen adalah tentang bagaimana individu, kelompok, ataupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan serta bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Berdasarkan pada pandangan-pandangan tersebut, maka

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.

⁴¹ Sangadji dan Sopiah dalam Nugraha, dkk., *Teori Perilaku Konsumen*, cet.1, (Pekalongan: PT. Masya Expanding Management, 2021), hlm. 74.

⁴² *Ibid.*, hlm. 75.

dapat dimengerti bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan individu, kelompok, ataupun organisasi sebagai konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk atau jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan.⁴³

Perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.⁴⁴

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.⁴⁵

Berdasarkan semua definisi diatas, perilaku konsumen dapat diartikan sebagai studi tentang proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan produk, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen.

9. Persepsi Harga

Dalam menentukan keputusan pembelian biasanya konsumen melakukan persepsi tentang barang yang akan dibeli, seperti persepsi harga akan suatu barang atau jasa. Persepsi setiap individu terhadap suatu objek

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 76.

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.

tentu akan berbeda-beda, dan dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya.

Persepsi harga dapat diartikan kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk. Penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan mahal, murah atau sedang untuk masing-masing individu tidaklah sama, tergantung dari persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan dan kondisi individu itu sendiri. Pada dasarnya konsumen dalam menilai harga suatu produk tidak tergantung hanya dari nilai nominal harga saja namun dari persepsi mereka pada harga.

Persepsi merupakan suatu proses seseorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menerjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh. Persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil. Hal ini mempunyai pengaruh yang kuat baik kepada minat beli dan kepuasan dalam pembelian. Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen.⁴⁶

Indikator dari persepsi harga adalah sebagai berikut:⁴⁷

⁴⁶ Schiffman dan Kanuk dalam Darmansah dan Yosepha, “Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur” Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurva Vol. 1, No. 1, 2020, hal. 19

⁴⁷ Kotler dan Amstron dalam Yuliana dan Maskur, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati)”. Seiko, Journal of Management & Business, 5(1), 2022, hlm. 563.

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.

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. Keterjangkauan Harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek, harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang di tetapkan para konsumen banyak yang membeli produk, misalnya harga produk terjangkau.

b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

c. Daya Saing Harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal-murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut, seperti harga yang lebih murah dari pesaing. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga suatu produk setiap perusahaan harus mempertimbangkan keterjangkauan harga bagi konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat yang dirasakan konsumen tanpa mengeluarkan biaya yang lebih besar saat akan membeli produk tersebut.

10. Lokasi

Pengetahuan pembelian meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian

terdiri atas pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan akan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi yang penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen di mana konsumen bisa membeli produk tersebut.⁴⁸

Keputusan dimana membeli ditentukan sebagian besar oleh pengetahuan pembelian. Pengetahuan pembelian mencakup informasi yang dimiliki konsumen mengenai lokasi produk dimana pengetahuan ini dapat mempengaruhi perilaku pembelian.

Lokasi yang baik menjamin tersedianya aspek yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen, dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Keputusan pemilihan lokasi toko juga mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan dalam jangka panjang perusahaan dalam hal keuangan.⁴⁹

Lokasi pada berbagai aktivitas pemasaran dapat memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.⁵⁰

Indikator lokasi adalah sebagai berikut:⁵¹

a. Akses

⁴⁸ Suwarman dalam Firmansyah, *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*, cet.1, (Semarang: Deepublish, 2018), hlm. 70.

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 224.

⁵⁰ Suhardi, dkk., "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Vol 4, No. 2, 2021, hlm. 585.

⁵¹ Zeithaml dalam Abdurrahman dan Rini Anggriani, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian". *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, Volume 2, No. 4, 2020, hlm. 227.

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.

Akses yang dimaksud adalah apakah lokasi menuju tempat usaha mudah dilalui atau mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum atau kendaraan pribadi.

b. Visibilitas

Visibilitas yang dimaksud adalah apakah tempat usaha dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan dalam jarak pandang normal.

c. Lalu Lintas

Lalu lintas yang lancar akan memudahkan konsumen menuju tempat usaha dan melakukan pembelian. Hal lain yang perlu dipertimbangkan terkait lalu lintas ini adalah banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang terjadinya *impulse buying*.

d. Tempat parkir

Tempat parkir yang tersedia diupayakan luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Ketersediaan lahan parkir merupakan fasilitas yang harus disediakan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen atau pelanggan dalam berbelanja atau berkunjung.

11. Keputusan Pembelian

Model perilaku konsumen dapat dilihat pada proses bagaimana konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan terdiri dari tiga tahap yang saling berhubungan, yaitu:⁵²

a. Tahap masukan (input)

⁵² Schiffman dan Kanuk dalam Razak, *Perilaku Konsumen*, (Makassar: Alauddin University Press, 2016), hlm. 10.

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.

Tahap masukan meliputi proses pengenalan konsumen terhadap kebutuhan atas produk yang terdiri dari dua sumber informasi utama, yaitu usaha pemasaran perusahaan (produk, promosi, penetapan harga dan distribusi) serta pengaruh sosiologis eksternal atas konsumen (keluarga, teman, tetangga, kelas sosial).

b. Tahap proses

Yakni menguraikan bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian produk, yang dimulai dari pengenalan kebutuhan, penyelidikan sebelum pembelian serta evaluasi alternatif.

c. Tahap keluaran

Yakni meliputi perilaku membeli dan evaluasi setelah membeli. Perilaku membeli dapat dimulai dari proses mencoba dan jika mereka puas konsumen akan melakukan pembelian ulang sebagai salah satu tanda konsumen menerima produk tersebut. Evaluasi produk setelah pembelian memberikan pengalaman kepada konsumen dalam proses pengambilan keputusan berikutnya.

Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan.⁵³

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.

⁵³ Suharno dalam Faisal Hardiansyah, Mahmud Nuhung, Ismail Rasulong, "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore di Kota Makassar". Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi dan Bisnis Volume 3 No 1, 2019 hlm. 94.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Sebelum benar-benar membeli konsumen akan melewati beberapa tahap proses pembelian. Pengambilan keputusan merupakan kegiatan individu yang terlibat langsung dalam proses pembelian barang yang ditawarkan oleh perusahaan.⁵⁴

Keputusan pembelian adalah suatu alasan yang mendorong bagaimana konsumen untuk melakukan pilihan terhadap pembelian suatu produk sesuai yang dibutuhkan. Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, seorang konsumen pada dasarnya melakukan proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses pengambilan keputusan dalam Agusta, 2020; merupakan tahapan konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya sudah paling baik dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Proses pemilihan dan penilaian ini biasanya diawali dengan mengidentifikasi masalah utama yang mempengaruhi tujuan, menyusun, menganalisis dan memilih berbagai alternatif tersebut dan mengambil keputusan yang dianggap paling baik.⁵⁵

Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat

⁵⁴ Darmansah dan Yosepha, *Op. Cit.*, hlm. 16

⁵⁵ Kotler dalam Vicky Brama Kumbara, "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse" *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Volume 2, Issue 5, Mei 2021, hal. 605

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, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan.⁵⁶

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan sikap konsumen dalam menentukan suatu pemilihan suatu produk untuk mencapai kepuasan yang diinginkan. Perilaku ini adalah sebuah kegiatan konsumen dalam memutuskan pembelian dalam menggunakan produk yang tetap, jika ada perubahan yang terjadi terhadap produk tersebut, maka konsumen melakukan keputusan pembelian kembali.

Dalam penelitian ini menggunakan lima indikator untuk menentukan keputusan pembelian, yaitu:

1. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.
2. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.⁵⁷
3. Membeli karena mendapat pengaruh dari orang lain.
4. Membeli karena mengikuti gaya hidup.
5. Membeli karena kondisi keuangan mencukupi.⁵⁸

Hubungan Antar Variabel

Suatu peneltian pada dasarnya adalah untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Hubungan antar variabel pada

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ Pradana, Hudayah, Rahmawati, "Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor". *Kinerja* Volume 14 (1) 2017, hlm. 18

⁵⁸ Sfenrianto, dkk. "The Use Of Quality, Security And Trust Factors To Improve The Online Purchase Decision". *Journal of Theoretical and Applied Information Technology* 15th March 2018. Vol.96. No 5, hlm. 438.

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.

dasarnya merupakan sifat hubungan antar dua variabel atau lebih. Macam-macam hubungan antar variabel dapat dibedakan menjadi 3 macam, yaitu:⁵⁹

1. Hubungan Simetris

Hubungan Simetris merupakan suatu hubungan antara dua variabel atau lebih yang terjadi secara bersamaan dan sama-sama disebabkan oleh pengaruh variabel lain.

2. Hubungan Asimetris

Hubungan asimetris disebut juga sebagai hubungan kausal atau hubungan *deterministic*, yaitu hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat sebab-akibat. Jadi disini ada variabel bebas yang mempengaruhi dan variabel terikat yang dipengaruhi. Sedangkan hubungan antara kedua variabel bersifat kausal apabila perubahan yang terjadi pada satu variabel akan mempengaruhi perubahan pada variabel yang lain. Hubungan kausal ini dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

a. Hubungan Bivariat

Hubungan bivariat merupakan hubungan antara dua variabel, yaitu antara satu variabel bebas (*independen*) dengan satu variabel terikat (*dependen*).

b. Hubungan Multivariat

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.

⁵⁹ Setyawan, *Buku Ajar Statistika Kesehatan Analisis Bivariat Pada Hipotesis Penelitian*, cet.1, (Batzen, CV. Tahta Media Group, 2022), hlm. 102.

Hubungan multivariat adalah hubungan antara lebih dari dua variabel, yaitu hubungan antara beberapa variabel bebas (independen) dengan satu variabel terikat (dependen).

3. Hubungan Timbal Balik atau *Reciprocal*

Hubungan antar variabel yang bersifat timbal balik atau *reciprocal* ini sering juga disebut sebagai hubungan interaktif, yakni hubungan antara dua variabel atau lebih yang saling mempengaruhi (timbang-balik). Variabel yang satu dapat menjadi variabel bebas dari variabel yang lain, tetapi juga dapat menjadi variabel terikat dari variabel lain. Sehingga pada pola hubungan seperti ini, satu variabel dapat disebut sebagai variabel bebas dan dapat juga disebut sebagai variabel terikat.

1. Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kopi.

Keputusan untuk membeli suatu produk dimulai dengan informasi. Informasi yang paling mudah diterima tentang apakah produk makanan dapat dianggap halal atau tidak oleh konsumen adalah melalui sertifikat halal atau label halal.⁶⁰

Label halal adalah sumber informasi yang sangat penting yang menghilangkan ketidakpastian dalam pikiran konsumen.⁶¹ Bagi umat Islam produk dengan label halal membawa ketenangan pikiran karena merupakan ciri utama untuk membedakan antara produk halal dan non halal. Selain itu,

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.

⁶⁰ Machali dkk., "The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision With Religiosity As A Moderating Variable: A Study at Higher Education Institutions in Brunei Darussalam". *Journal of Islamic Marketing* 11(5), hlm. 1096.

⁶¹ Bashir, *op. cit.*, hlm. 2001.

label halal menyatakan kriteria Islami, yang diperbolehkan oleh hukum Islam, sedangkan untuk non-Muslim, produk bersertifikat halal dengan label halal memastikan keamanan, kebersihan, dan kualitas makanan.⁶²

Dengan semakin beragamnya cita rasa kopi yang disajikan di kafe, yang memungkinkan adanya penambahan bahan yang bisa diragukan kehalalannya, maka ada hubungan antara label halal dengan keputusan pembelian kopi oleh konsumen.

2. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kopi.

Persepsi adalah proses dimana individu memilih, mengatur dan menginterpretasikan rangsangan menjadi gambaran yang bermakna dan koheren.⁶³ Konsumen membuat penilaian berdasarkan apa yang mereka pahami daripada fakta objektif, yang memiliki implikasi strategis bagi *marketer*.

Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian akan mempertimbangkan apakah harga produk yang ditawarkan terjangkau atau tidak, apakah harga yang dibayar sesuai dengan kualitas produk, dan apakah produk yang sama dapat dibeli dengan harga yang relatif lebih murah dari penjual lainnya. Dengan beberapa pertimbangan diatas, maka ada hubungan antara persepsi harga dengan keputusan pembelian kopi oleh konsumen.

3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian kopi.

Lokasi adalah sarana aktivitas perusahaan agar produk mudah

⁶² *Ibid.*

⁶³ Ekasari dan Jaya, *op.cit.*, hal. 522.

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.

didapatkan oleh konsumen yang menjadi target pasarnya.⁶⁴ Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Banyaknya kafe yang tumbuh saat ini baik di pusat kota maupun pada lokasi yang agak jauh dari pusat kota akan memberikan pilihan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dalam pemilihan lokasi, konsumen akan mempertimbangkan akses yang mudah, berada di pusat keramaian dan sebagainya, sehingga ada hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian kopi.

C. Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Ekasari dan Jaya (2021)	The Determinants of Consumer Purchasing Decisions of Health Food Products: An Empirical Study from Indonesia; <i>Journal of Asian Finance, Economics and Business</i> Vol 8 No 12 (2021) 0519–0528	Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Indonesia, gaya hidup dan persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan sehat. Sementara itu, kesadaran merek dan sikap pelanggan tidak ada hubungannya	1. Variabel X_4 adalah Persepsi Harga. 2. Variabel Y adalah Keputusan Pembelian.	1. Variabel X_1 adalah Kesadaran Merk. 2. Variabel X_2 adalah Gaya Hidup. 3. Variabel X_3 adalah Sikap Pelanggan.

⁶⁴ Kotler dan Keller dalam Wibowo dan Rusminah HS, " Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Coffee Shop Komunal". Jurnal Distribusi. Vol. 9, No. 2 – September 2021, hlm. 124

No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat.		
2.	Machali dkk. (2019)	The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as A Moderating Variable: A Study at Higher Education Institutions in Brunei Darussalam; <i>Journal of Islamic Marketing</i> 11(5):1091-1104 2019	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) tingkat kesadaran terhadap makanan halal tinggi; (2) pengaruh kesadaran terhadap keputusan pembelian adalah positif dan signifikan; (3) religiusitas berperan sebagai variabel moderasi pada hubungan antara kesadaran dan keputusan pembelian.	1. Variabel X_3 adalah Keputusan Pembelian.	1. Variabel X_1 adalah Kesadaran Makanan Halal. 2. Variabel X_2 adalah Religiusitas.
3.	Bashir (2019)	Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention; <i>British Food Journal</i> Vol. 121 No. 9, 2019	Berdasarkan hasil penelitian, kesadaran halal, logo halal, dan sikap berpengaruh signifikan mempengaruhi niat konsumen asing terhadap pembelian	1. Variabel X_2 adalah Label Halal.	1. Variabel X_1 adalah Kesadaran Halal. 2. Variabel X_3 adalah Sikap. 3. Variabel Y_1 adalah Minat Beli. 4. Variabel Y_2 adalah

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.

No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		pp. 1998-2015	produk makanan halal dan selanjutnya perilaku pembelian mereka.		Perilaku Pembelian.
4.	Mang dkk. (2018)	Influence of Location on Home Buyers' Purchase Decision; <i>AIP Conference Proceedings</i> 2016, 020078 (2018)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar karakteristik demografis, kecuali jenis kelamin dan pendapatan, memiliki pengaruh signifikan terhadap fasilitas lokasi dan layanan terhadap keputusan pembelian rumah.	1. Variabel X_1 adalah Lokasi. 2. Variabel Y adalah Keputusan Pembelian.	1. Variabel X_2 adalah Demografi.
5.	Djatkiko dan Pradana (2016)	Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision; <i>Procedia Social and Behavioral Sciences</i> 219 (2016) 221 - 227	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	1. Variabel Y adalah Keputusan Pembelian.	1. Variabel X_1 adalah <i>Brand Image</i> . 2. Variabel X_2 adalah Harga Produk.

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.

No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
6.	Monica (2018)	Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso; <i>International Journal of Social Science and Business</i> . Volume 2, Number 3, Tahun 2018, pp. 141-149 P-ISSN : 2614-6533 E-ISSN : 2549-6409	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, lokasi, kualitas bangunan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	1. Variabel X_2 adalah Lokasi. 2. Variabel Y adalah Keputusan Pembelian.	1. Variabel X_1 adalah Harga. 2. Variabel X_3 adalah Kualitas Bangunan. 3. Variabel X_4 adalah Promosi.
7.	Millatina dkk. (2022)	The Impact of Halal Label in Halal Food Buying Decisions; <i>Journal of Islamic Economic Laws</i> Vol. 5, No. 1 January 2022: 159-176	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli. 2. Minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 3. Label Halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.	1. Variabel X_1 adalah Label Halal. 2. Variabel Y adalah Keputusan Pembelian.	1. Variabel X_2 adalah Minat Beli.

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.

No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
8.	Wibowo dan Rusminah HS (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi pada Coffee Shop Komunal, <i>Jurnal Distribusi</i> , Vol. 9, No. 2 - September 2021	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di Coffee Shop Komunal. 2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di Coffee Shop Komunal. 3. Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di Coffee Shop Komunal.	1. Variabel X_3 adalah Lokasi 2. Variabel Y adalah Keputusan Pembelian	1. Variabel X_1 adalah Kualitas Produk. 2. Variabel X_2 adalah Harga.
9.	Yuliana & Maskur (2022)	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	1. Variabel X_2 adalah Persepsi Harga 2. Variabel X_4 adalah Lokasi. 3. Variabel Y	Terdapat empat variabel X.

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.

No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		(Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffee Shop Pati); <i>Seiko: Journal of Management & Business</i> , 5(1), 2022	Sinestesa Coffee Shop Pati, persepsi harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Sinestesa Coffee Shop Pati, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sinestesa Coffee Shop Pati, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sinestesa Coffee Shop Pati.	adalah Keputusan Pembelian.	
10.	Rozjiqin & Ridlwan (2022)	Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks; <i>Journal of Economics and Business Aseanomics</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel label halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel harga menunjukkan pengaruh tidak	1. Variabel X_1 adalah Label Halal. 2. Variabel Y_2 adalah Keputusan Pembelian.	1. Variabel X lainnya yang diteliti adalah Harga dan Citra Merk.

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.

No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		7(1) 2022 060-077	signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Starbucks. Variabel citra merek menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian konsumen produk Starbucks.		
11.	Bayu, dkk (2020)	Pengaruh Labelisasi Halal, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime; <i>Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian</i> p-ISSN 0853-8395; e-ISSN 2598-5922 Vol. 16, No. 3, Oktober 2020	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Chatime.	1. Variabel X_1 adalah Labelisasi Halal. 2. Variabel Y adalah Keputusan Pembelian.	1. Merk ditambahkan sebagai variabel X. 2. Produk yang diteliti adalah Minuman Chatime.
12.	Ulya, dkk (2022)	The Factor of Awareness and Purchasing	Hasil penelitian menunjukkan bahwa	1. Variabel X_2 adalah Label	1. Variabel X_1 adalah Keyakinan

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.

No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Decision of Ice Cream Based on Halal Label; <i>Journal of Applied Management (JAM) Volume 20 Number 4, December 2022</i>	keyakinan beragama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Label halal berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Paparan informasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Alasan kesehatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keyakinan beragama berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek. Label halal berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek. Paparan	Halal. 2. Variabel Y adalah Keputusan Pembelian.	Beragama. 2. Variabel X_3 adalah Paparan Informasi. 3. Variabel X_4 adalah Alasan Kesehatan. 4. <i>Brand Awareness</i> sebagai variabel <i>intervening</i> .

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.

No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			<p>informasi berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek. Alasan kesehatan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek. Kesadaran merek berpengaruh signifikan dalam menjembatani keyakinan beragama pada keputusan pembelian, tetapi tidak seluruhnya (bagian mediasi). Kesadaran merek berpengaruh signifikan dalam menjembatani label halal pada keputusan pembelian (mediasi penuh). Kesadaran merek berpengaruh signifikan dalam menjembatani paparan informasi untuk</p>		

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.

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.

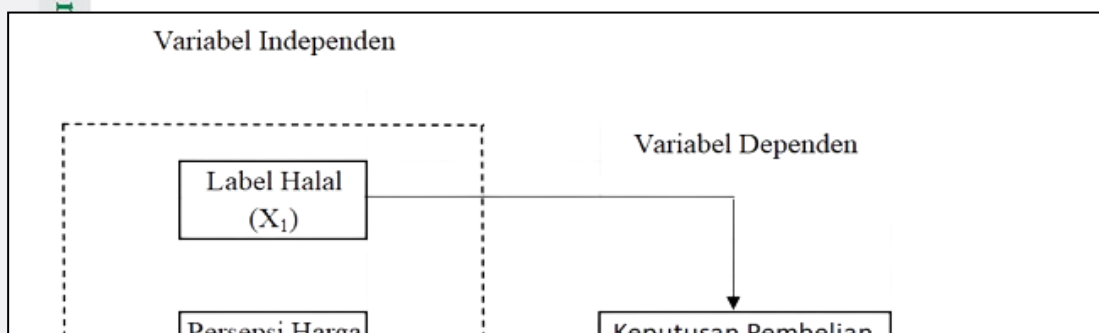
No	Penulis	Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			pembelian. Kesadaran merek berpengaruh signifikan dalam menjembatani alasan kesehatan pada keputusan pembelian.		

D. Konsep Operasional Variabel

Konsep operasional variabel penelitian bertujuan untuk membatasi parameter atau indikator yang diinginkan peneliti dalam melakukan penelitian.

Dalam penelitian, setiap variabel selalu dirumuskan definisi konseptualnya lalu dijabarkan kembali dalam bentuk definisi operasional untuk memudahkan dalam melakukan identifikasi dan pengukuran.

Gambar 2.2
Konsep Operasional Variabel



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.

Keterangan: —————> Menunjukkan pengaruh secara parsial
 -----> Menunjukkan pengaruh secara simultan

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori.⁶⁵

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini merupakan pernyataan singkat yang disimpulkan dari tujuan penelitian, dan merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang perlu diuji kembali.

Dalam penelitian ini dugaan atau jawaban sementara adalah sebagai

⁶⁵ Darwin, dkk., *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 82.

berikut :

1. Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kopi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bashir, 2019; meneliti *Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan halal. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian dari Rozjiqin dan Ridlwan, 2022; yang meneliti *Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman *Starbucks*.

Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Bayu, dkk, 2020; yang meneliti *Pengaruh Labelisasi Halal, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Chatime. Demikian pula dengan penelitian oleh Ulya, dkk, 2022; yang meneliti *The Factor of Awareness and Purchasing Decision of Ice Cream Based on Halal Label*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian es krim Wall's.

Berdasarkan literatur diatas dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1a : Terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kopi.

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.

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. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kopi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ekasari & Jaya, 2021; meneliti *The Determinants of Consumer Purchasing Decisions of Health Food Products: An Empirical Study from Indonesia*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat.

Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Yuliana & Maskur, 2022; yang meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffee Shop Pati). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman di kedai kopi.

Berdasarkan literatur diatas dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2a : Terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kopi.

3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian kopi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuliana dan Maskur, 2022; meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffee Shop Pati). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman di kedai kopi.

Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Wibowo dan Rusminah HS, 2021; yang meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi pada Coffee Shop Komunal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kopi.

Berdasarkan uraian diatas dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3a : Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian kopi.

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.



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.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Terdapat dua jenis metode dalam penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif.

Metode kualitatif adalah metode dengan proses penelitian berdasarkan persepsi pada suatu fenomena dengan pendekatannya datanya menghasilkan analisis deskriptif berupa kalimat secara lisan dari objek penelitian. Penelitian kualitatif harus didukung oleh pengetahuan yang luas dari peneliti, karena peneliti mewawancarai secara langsung objek penelitian.

Sedangkan metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian dengan tingkat variasi yang lebih rumit, karena meneliti sampel yang lebih banyak, akan tetapi penelitian kuantitatif lebih sistematis dalam melakukan penelitian dari awal sampai akhir.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana responden dari penelitian ini adalah orang yang pernah melakukan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru. Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret s/d Juni 2023.

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.

Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan luas keseluruhan wilayah yang digeneralisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas, kualitas dan karakteristik tertentu sesuai dengan yang ditetapkan oleh peneliti yang digunakan untuk menyusun interpretasi dan data penelitian yang berakhir dengan kegiatan penarikan kesimpulan. Populasi merupakan nilai baik secara keseluruhan dari hasil pengukuran baik penelitian kuantitatif dan kualitatif yang memiliki karakteristik tertentu serta memiliki sumber lengkap dan jelas.⁶⁶

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.⁶⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah mengonsumsi kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru. Jumlah anggota populasi tidak diketahui.

2. Sampel Penelitian

Dalam praktik penelitian seorang peneliti jarang sekali melakukan penelitian terhadap keseluruhan kumpulan elemen (populasi). Peneliti biasanya melakukan seleksi terhadap bagian elemen-elemen populasi dengan harapan hasil seleksi tersebut dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang

⁶⁶ *Ibid.*, hlm. 104

⁶⁷ Margono dalam Hardani, dkk., “*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*”. (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 361

ada. Elemen adalah subyek dimana pengukuran dilakukan, elemen-elemen populasi yang terpilih ini disebut sampel, cara memilih atau menyeleksiya disebut teknik sampling.⁶⁸

Teknik sampling dilakukan karena ada alasan yang rasional diantaranya tidak semua obyek yang akan diteliti dapat diamati dengan baik karena adanya beberapa keterbatasan yang ada pada peneliti, seperti misalnya keterbatasan waktu, keterbatasan tenaga, dan keterbatasan biaya.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk dijadikan objek pengamatan langsung dan dijadikan dasar dalam pengambilan kesimpulan.⁶⁹ Sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali dari jumlah indikator dari variabel yang akan di analisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1.⁷⁰ Dalam penelitian ini terdapat 15 indikator, maka ukuran sampel yang lebih dapat diterima minimal berjumlah $15 \times 10 = 150$ orang responden.

D Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai

⁶⁸ Abdullah, "Metode Penelitian Kuantitatif". (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), hlm. 227.

⁶⁹ Nuryadi, dkk., "Dasar-Dasar Statistik Penelitian". (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017),

hlm. 8.

⁷⁰ Hair, et al., "Multivariate Data Analysis". (United Kingdom: Pearson Education Limited, 7th ed. 2014) p. 100.

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.

teknik sampling yang digunakan, antara lain:⁷¹

1. *Probability Sampling*

Probability sampling adalah teknik sampling atau teknik pengumpulan sampel yang memberi peluang sama kepada unsur atau anggota populasi dipilih untuk menjadi anggota sampel.

2. *Non probability Sampling*

Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik-teknik yang termasuk ke dalam *non probability sampling* ini antara lain: sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, sampling purposive, sampling jenuh, dan snow ball sampling.

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah:

- a. Responden mengonsumsi kopi lebih dari 3 kali di Kedai Kopi Bengkalis.
- b. Responden merupakan pelanggan tetap Kedai Kopi Bengkalis.

⁷¹ Sugiyono dalam Suhirman dan Yusuf, *Penelitian Kuantitatif Sebuah Panduan Praktis*, cet.1, (Mataram: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Mataram, 2019), hlm. 65.

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.

F Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷² Jadi variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berwujud apapun yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dikaji, dipelajari dan dianalisis sehingga dikumpulkan fakta, data dan informasi di lapangan, selanjutnya disusun kesimpulannya.

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel yaitu:⁷³

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat), hubungannya dapat positif atau negatif dengan variabel dependen. Bentuk hubungan antara variabel independen dengan dependen dapat berupa hubungan korelasi atau sebab akibat. Variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini adalah label halal (X_1), persepsi harga (X_2), dan lokasi (X_3).

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen (Y) yang dipakai dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

⁷² *Ibid.*, hlm. 34.

⁷³ Garaika dan Darmanah, *Metodologi Penelitian* (Lampung: CV. Hira Tech, 2019), hlm. 17

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.



F Definisi Operasional Variabel

Mendefinisikan variabel secara operasional berarti menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan terukur.

Definisi operasional variabel adalah penjelasan tentang variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik dan indikator yang digunakan dalam sebuah penelitian sebagai dasar untuk mengumpulkan data.

Definisi operasional juga dapat diartikan sebagai proses mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Label Halal (X ₁)	Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Label Halal adalah tanda kehalalan suatu produk.	1. Mengetahui label resmi ⁷⁴ 2. Memenuhi kriteria halal ⁷⁵ 3. Produk higienis ⁷⁶
Persepsi Harga (X ₂)	Persepsi harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah	Menurut Kotler dan Amstrong dalam Yuliana dan Maskur, 2022; indikator dari persepsi harga adalah:

⁷⁴ Bayu dkk., "Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime". Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Vol. 16, No. 3, Oktober 2020, hlm. 241

⁷⁵ Nurlaela, *loc. cit.*, hlm. 33.

⁷⁶ kemenag.go.id/nasional/kemenag-halal-selaras-dengan-nilai-dan-budaya-korporasi

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.

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
	atau wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli. ⁷⁷	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga
Lokasi (X ₃)	Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. ⁷⁸	Indikator pengukuran lokasi adalah: ⁷⁹ 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas 4. Tempat parkir
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Amstrong dalam Irwansyah, dkk., 2021; keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. ⁸⁰	1. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai. 2. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. ⁸¹ 3. Membeli karena mendapat pengaruh dari orang lain. 4. Membeli karena mengikuti gaya hidup. 5. Membeli karena kondisi keuangan mencukupi. ⁸²

6. Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

⁷⁷ Ismail dan Trimati, "Membangun Model Konseptual Faktor Sinergitas Perilaku Konsumen Dalam Konteks Pembelian Impulsive Secara Online". Al Tijarah: Vol. 6 No. 3 Desember 2020, hlm. 14.

⁷⁸ Suwarman dalam Chelviani, dkk., "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern Di Kecamatan Buleleng". Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.2 Tahun: 2017, hlm. 258.

⁷⁹ Tjiptono dalam Fahrudin dan Yulianti, "Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya *Journal of Business & Banking* ISSN 2088-7841 Volume 5 Number 1 May – October 2015, hlm. 155.

⁸⁰ Kotler dan Amstrong dalam Irwansyah, dkk. "Perilaku Konsumen". (Bandung: Widiana Bhakti Persada, 2021), hlm. 13.

⁸¹ Pradana, *Loc. Cit.*

⁸² Sfenrianto, dkk., *Loc. Cit.*

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.

1. Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data pada prinsipnya merupakan kegiatan penggunaan metode dan instrumen yang telah ditentukan dan diuji validitas dan reliabilitasnya.

Penggolongan data berdasarkan cara memperolehnya dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis data penelitian yaitu:⁸³

1) Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan cara diperolehnya secara langsung dari subyek/obyek penelitian atau narasumber dalam penelitian. Cara peneliti mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan instrumen penelitian. Contohnya menggunakan kuesioner, angket, pedoman wawancara terstruktur, notulen *focus group discussion* (FGD) dan kegiatan survei langsung pada objek penelitian dengan cara melakukan pengukuran atau pengamatan.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan cara diperolehnya secara tidak langsung. Data sekunder dapat dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu data internal dan eksternal. Data internal merupakan data yang diperoleh dari dalam lingkungan tempat penelitian. Sedangkan data eksternal merupakan data yang diperoleh dari luar lingkungan penelitian seperti data dalam publikasi ilmiah, buku, surat kabar, jurnal dan lain-lain.

2. Instrumen Pengumpulan Data

⁸³ Darwin, *op.cit.*, hlm. 151.

Dalam suatu penelitian diperlukan beberapa instrumen pengumpulan data (khususnya data primer) yang bisa digunakan oleh peneliti. Instrumen tersebut diantaranya:⁸⁴

a. Kuesioner (angket)

Kuesioner (angket) adalah cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.

b. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan memberikan beberapa pertanyaan sesuai kebutuhan dalam penelitian. Pertanyaan yang diberikan secara lisan dan tatap muka secara langsung kepada sumber penelitian. Peneliti dapat menerima jawaban secara langsung pula dengan mencatat atau merekam atas jawaban-jawaban tersebut. Wawancara juga dapat dilakukan secara daring (online) melalui telepon seluler, zoom dan *video conference* lainnya yang jawabannya langsung diperoleh dari responden pada penelitian melalui percakapan tersebut.

c. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui suatu pengamatan terhadap objek penelitian yang langsung diamati oleh peneliti.

Alat observasi yang digunakan seperti lembar *check list*, rubrik penilaian, *rating scale*, *notes* (buku catatan), kamera foto, rekaman video, dan lain sebagainya.

⁸⁴ Abdullah, *op.cit.*, hlm. 247.

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.

d. Dokumentasi

Telaah dokumentasi termasuk ke dalam penelusuran data sekunder, yaitu melakukan penelaahan dokumentasi (arsip) yang telah disediakan oleh suatu lembaga/institusi/perusahaan/organisasi/rumah sakit yang diisi ke dalam form isian tertentu sebagai laporan.

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data primer dari responden melalui kuesioner (angket). Peneliti akan menyebarkan kuesioner (angket) kepada masyarakat di Kota Pekanbaru yang pernah mengonsumsi kopi di Kedai Kopi Bengkalis. Dan masyarakat yang merupakan responden dalam penelitian akan menjawab kuesioner yang berisi pernyataan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini.

Pernyataan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *Likert* modifikasi. Skala *Likert* yang digunakan adalah:⁸⁵

- a. SS = Sangat Setuju diberi poin 4
- b. S = Setuju diberi poin 3
- c. TS = Tidak Setuju diberi poin 2
- d. STS = Sangat Tidak Setuju diberi poin 1

Penggunaan skala *Likert* modifikasi dengan menggunakan 4 skala adalah dengan pertimbangan untuk memperoleh pandangan responden secara

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.

⁸⁵ Hadi dalam Dwitariani dan Suputra, "Integritas Sebagai Pemoderasi Pengaruh Pengalaman Auditor Pada Kualitas Audit". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.16.3. September (2016) p.1753

lebih jelas mengenai pernyataan-pernyataan yang disajikan dalam kuesioner. Modifikasi skala *Likert* ini mengacu pada beberapa alasan sebagai berikut:⁸⁶

- a. Pemberian kategori tengah memberikan arti ganda atau *multi interpretable*.
- b. Tersedianya kategori jawaban tengah menimbulkan kecenderungan jawaban tengah (*central tendency effect*) bagi responden yang memiliki keraguan dalam menanggapi pernyataan.
- c. Jika disediakan kategori jawaban tengah akan menghilangkan banyak informasi dari para responden.

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu.⁸⁷ Uji ini menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian yaitu : jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (dengan uji dua sisi dengan signifikan 0,05) maka

⁸⁶ Ibid. hal. 1756

⁸⁷ Purnomo, "Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS" Cet. 1 (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016), hlm. 65.

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.

instrumen atau item-item pernyataan dinyatakan valid. Sedangkan, jika r hitung $< r$ tabel (uji dua sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pernyataan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *cronbach alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja.⁸⁸

I. Teknik Analisis data

Teknik analisis data adalah metode dalam memproses data menjadi informasi dengan cara memeriksa seluruh data dari instrumen penelitian. Kegiatan ini dilakukan agar data lebih mudah dipahami, sehingga diperoleh suatu kesimpulan.

Berdasarkan jenis datanya, ada 2 (dua) jenis teknik analisis data dalam penelitian, yaitu:⁸⁹

1. Teknik Analisis Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diangkakan atau bersifat non

⁸⁸ *Ibid.*, hlm. 79.

⁸⁹ Priadana dan Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, cet.1, (Tangerang: Pascal Books, 2021), hlm. 201.

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.

numerik. Teknik analisis data kualitatif pada umumnya merupakan bahasan konseptual suatu permasalahan.

2. Teknik Analisis Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data numerik yang dapat dihitung secara akurat.

Salah satu contoh data numerik dalam metode penelitian kuantitatif yaitu hasil survey responden. Teknik analisis data kuantitatif pada umumnya menggunakan model matematika, model statistik, dan lain-lain. Beberapa teknik analisis data kuantitatif yaitu:

a) Analisis Deskriptif

Teknik analisis data kuantitatif deskriptif dilakukan untuk memperoleh suatu kesimpulan dari performa data di masa lalu. Teknik analisis data kuantitatif ini digunakan ketika berhadapan dengan data dalam volume yang sangat besar seperti data sensus penduduk.

b) Analisis Inferensial

Teknik analisis data kuantitatif inferensial menggunakan rumus statistik. Hasil yang diperoleh dari perhitungan tersebut digunakan sebagai dasar untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (generalisasi).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik inferensial. Statistik inferensial dapat didefinisikan sebagai metode yang memungkinkan estimasi karakteristik populasi atau membuat keputusan mengenai populasi hanya berdasarkan hasil sampel. Statistik inferensial yang dipakai adalah statistik parametrik, yang digunakan untuk data sampel yang

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.

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

berdistribusi normal. Oleh karenanya, untuk menggunakan statistik parametrik terlebih dahulu harus dilakukan uji normalitas sebaran data. Jika distribusi data bersifat normal, maka analisis dapat menggunakan statistik parametrik.⁹⁰

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Perbedaan dengan regresi linier sederhana adalah, bahwa regresi linier sederhana hanya menggunakan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan regresi linier berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi.⁹¹

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) yang terdiri dari label halal (X₁), persepsi harga (X₂), dan lokasi (X₃) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Model persamaan yang digunakan yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

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.

⁹⁰ Barenson et al. dalam Haryono, *Statistika Penelitian Bisnis & Manajemen*, cet. I, Yogyakarta: LP3M UMY Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020), hlm. 5.

⁹¹ Purnomo, *op. cit.*, hlm. 161.

- b_1 = koefisien regresi untuk variabel label halal (X_1)
 b_2 = koefisien regresi untuk variabel persepsi harga (X_2)
 b_3 = koefisien regresi untuk variabel lokasi (X_3)
 X_1 = label halal
 X_2 = persepsi harga
 X_3 = lokasi
 e = standard error

1) Uji Normalitas

Dalam analisis statistik parametrik, asumsi yang digunakan adalah bahwa hasil data dari setiap variabel yang diteliti berdistribusi normal. Dengan asumsi tersebut, maka dalam setiap penelitian yang menggunakan rancangan statistik parametrik distribusi data variabel harus diuji terlebih dahulu apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Jika setelah dilakukan uji normalitas terhadap data ternyata distribusinya normal, maka penelitian dapat dilanjutkan. Jika hasilnya sebaliknya, yaitu data berdistribusi tidak normal, maka rancangan statistik parametrik tidak dapat digunakan.⁹²

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam suatu penelitian memiliki unsur-unsur yang sama. Seharusnya, antara variabel-variabel bebas yang akan dianalisis tidak diizinkan mengandung aspek, indikator, ataupun

⁹² Haryono, *op. cit.*, hlm. 99.

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.

dimensi yang sama, karena apabila antar variabel bebas mengandung aspek atau indikator yang sama maka koefisien regresi yang didapatkan menjadi bias dan tidak bermakna.⁹³

Uji multikolinearitas pada model regresi dapat ditentukan berdasarkan nilai *Tolerance* (toleransi) dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Variabilitas dari variabel bebas akan diukur dengan nilai toleransi yang didapat pada output pengujian. Nilai toleransi rendah maka nilai VIF akan tinggi, ini dikarenakan $VIF = 1/tolerance$, sehingga menunjukkan kolinearitas yang tinggi.⁹⁴

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya jika dalam suatu model analisis regresi terdapat bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit dikarenakan varian data yang tidak konsisten.⁹⁵

b. Uji t

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0 : t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel

⁹³ Widana dan Muliani, “*Uji Persyaratan Analisis*”. (Lumajang: Klik Media, 2020), hlm. 55.

⁹⁴ *Ibid.*, hlm. 56.

⁹⁵ *Ibid.*, hlm. 65.

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.

dependen terhadap variabel independen.

$H_1 : t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen.⁹⁶

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa besar kekuatan atau kontribusi pada sebuah asosiasi antara dua variabel X dan Y.⁹⁷

Variabel X dapat mempengaruhi nilai variabel Y, apabila berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai variabel Y, sehingga nilai Y akan bervariasi baik terhadap reratanya maupun terhadap garis lurus yang mewakili diagram pencar. Besarnya variasi nilai variabel Y tidak hanya dipengaruhi oleh nilai X, melainkan terdapat faktor lain (kesalahan atau *error*) yang juga ikut berpengaruh. Besarnya pengaruh variabel X terhadap nilai variabel Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien penentuan atau determinasi (*coefficient of determination*) yang ditulis dengan simbol r^2 . Koefisien determinasi pada dasarnya merupakan kuadrat dari koefisien korelasi. Besarnya pengaruh faktor lain yang ikut berpengaruh (residual atau gangguan) adalah sebesar $= 1 - r^2$.⁹⁸

⁹⁶ Sahir, “*Metodologi Penelitian*”, Cet. 1, (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021), hlm. 53.

⁹⁷ Haryono, *op.cit.*, hlm. 128.

⁹⁸ Paiman, “*Teknik Analisis Korelasi Dan Regresi Ilmu-Ilmu Pertanian* “. (Yogyakarta: UPY Press, 2019) hal. 9

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.



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.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian kopi, serta faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru. Untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 21. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Label halal berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru.
4. Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru adalah persepsi harga.

B. Saran

1. Dalam penelitian ini hanya digunakan tiga buah variabel independen dan satu buah variabel dependen. Diharapkan pada penelitian berikutnya ada penambahan variabel lainnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian,

diantaranya adalah variabel religiusitas dan tingkat pendidikan.

2. Peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian di kedai-kedai kopi kekinian yang memungkinkan adanya penambahan bahan-bahan tambahan seperti perisa yang dipakai dalam meracik kopi yang sangat perlu diperhatikan kehalalannya termasuk cara pengolahannya.
3. Produsen harus mampu menghasilkan barang dan jasa yang dapat memberikan nilai ibadah baginya, yakni *mashlahah*, lebih tepatnya *mashlahah al'ibad*, yaitu kemanfaatan bagi kehidupan manusia untuk mencapai kehidupan yang lebih baik dan kemuliaan (*falah*) dalam bingkai nilai-nilai Islam.
4. Konsumen dalam memenuhi kebutuhannya harus mencari produk-produk yang kehalalannya sudah terjamin, sebab produk yang halal akan membawa pengaruh positif bagi perilaku manusia, karena ada hubungan yang tidak dapat terlepas antara makanan yang dikonsumsi dengan perilaku manusia.

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.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf., *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015)
- Abdurrahman, Rini Anggriani, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian". *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, Volume 2, No. 4, 2020
- Anshory, Ali Chamani., "Urgensi Sertifikasi Halal". *Republika*, 08 Januari 2022, republika.id/posts/23776/urgensi-sertifikasi-halal
- Bashir, Abdalla Mohamed., "Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention". *British Food Journal* Vol. 121 No. 9, 2019
- Bayu, D.K., Gumoyo Mumpuni Ningsih, Livia Windian, "Pengaruh Labelisasi Halal, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime". *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, Vol. 16, No. 3, Oktober 2020
- Bengtson, Vern L., Norella M. Putney, Merrill Silverstein, Susan C. Harris, "Does Religiousness Increase with Age? Age Changes and Generational Differences Over 35 Years". *Journal for the Scientific Study of Religion* Vol. 54, No. 2 (May 2015), pp. 363-379 (17 pages), Published By: Wiley
- Chelviani, Kadek Mery., Made Ary Meitriana, Iyus Akhmad Haris, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern di Kecamatan Buleleng". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* Volume 9 No.2 Tahun: 2017
- glamislam.com/makanan-dan-minuman/minuman-halal/minuman-halal-dalam-islam
- Darmansah, Aprillia., Sri Yanthy Yosepha, "Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya* Vol. 1, No. 1, 2020
- Darwin, Muhammad., Marianne Reynelda Mamondol, Salman Alparis Sormin, Yuliana Nurhayati, Hardi Tambunan, Diana Sylvia, I Made Dwi Mertha Adnyana, Budi Prasetyo, Pasionista Vianitati, Antonius Adolf Gebang, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021)

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.

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.

Djatmiko, Tjahjono., Rezza Pradana, “*Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*”. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 219 (2016)

Dwitariani, I Gusti Agung., I D.G. Dharma Suputra, “*Integritas Sebagai Pemoderasi Pengaruh Pengalaman Auditor Pada Kualitas Audit*”. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.16.3. September (2016)

Ekasari, Ratna., I Made Laut Mertha Jaya, “*The Determinants of Consumer Purchasing Decisions of Health Food Products: An Empirical Study from Indonesia*”. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 8 No 12 (2021) 0519–0528

Ehrudin, Muhammad Fajar., Emma Yulianti, “*Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya*”. *Journal of Business & Banking*, Volume 5 Number 1 May – October 2015

Farhansyah, Jordhi., “*Pengertian F&B Service Modern serta Jenis-Jenis Trennya!*”. *Insight Talenta*, 2 Juni 2020, talenta.co/blog/insight-talenta/pengertian-fb-service-modern-serta-jenis-jenis-trennya/

Fawzi, Marissa Grace Haque., Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok Sunarsi, *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022)

Firmansyah, M. Anang., *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*, cet.1, (Sleman: Deepublish, 2018)

Garaika dan Darmanah, *Metodologi Penelitian*. (Lampung: CV. Hira Tech, 2019)
gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/sertifikat-halal-adalah/

Hair, J.F., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson. (2014), *Multivariate Data Analysis*. Edinburgh Gate Harlow: Pearson Education Limited 7th edition

Hapsoro, Bagas. “*Menguatnya Ekonomi Rakyat, Maraknya Bisnis Kedai Kopi di Indonesia*”. *Trip Hacks*, 31 Januari 2022, triphacks.id/menguatnya-ekonomi-rakyat-maraknya-bisnis-kedai-kopi-di-indonesia/

Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, Ria Rahmatul Istiqomah, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020)

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.

Hardiansyah, Faisal., Mahmud Nuhung, dan Ismail Rasulong, “*Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore di Kota Makassar*”. Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi dan Bisnis Volume 3 No 1, 2019

Haryono, Siswoyo., *Statistika Penelitian Bisnis & Manajemen*, cet. 1, (Yogyakarta: LP3M UMY Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020)

Indah, “*Lima Tahun BPJPH, Ini Capaian Jaminan Produk Halal di Indonesia*”. Kemenag RI, 21 Oktober 2022, kemenag.go.id/read/lima-tahun-bpjph-ini-capaian-jaminan-produk-halal-di-indonesia

Irwansyah, Rudi., Khanti Listya, Amanda Setiorini, Ita Musfirowati Hanika, Muhammad Hasan, Kurniawan Prambudi Utomo, Ahmad Bairizki, Ambar Sri Lestari, Denok Wahyudi Setyo Rahayu, Marisi Butarbutar, Hayati Nupus, Imanuddin Hasbi, Elvera, Diana Triwardhani, *Perilaku Konsumen*. (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021)

Ismail, Harries Arizonia., Emi Trimiati, “*Membangun Model Konseptual Faktor Sinergitas Perilaku Konsumen Dalam Konteks Pembelian Impulsive Secara Online*”. Al Tijarah: Vol. 6 No. 3 (Special Issue) Desember 2020

Jayanti, Nabila., “*Survei Populix: 1 dari 3 Muslim di Indonesia Beli Produk Tanpa Logo Halal*”. kumparanNEWS, 18 April 2023, kumparan.com/kumparannews/survei-populix-1-dari-3-muslim-di-indonesia-beli-produk-tanpa-logo-halal

Kemenag RI, “*Label Halal Indonesia Berlaku Mulai 1 Maret 2022, “Bagaimana Label Sebelumnya?”*”. 13 Maret 2022, www.kemenag.go.id/read/label-halal-indonesia-berlaku-mulai-1-maret-2022-bagaimana-label-sebelumnya

kemenag.go.id/nasional/kemenag-halal-selaras-dengan-nilai-dan-budaya-korporasi

kazanah.republika.co.id/berita//rdvxov320/riset-ihatec-milenial-anggap-penting-kafe-dan-restoran-berlabel-halal

Kumbara, Vicky Brama. “*Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse*”. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, Volume 2, Issue 5, Mei 2021

Kusnandar, Viva Budy., “*Sebanyak 87% Penduduk Riau Beragama Islam Pada Juni 2021*”. databoks, 02 Oktober 2021, databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/02/sebanyak-87-penduduk-riau-beragama-islam-pada-juni-2021

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.

UPY Press, 2019)

Pradana, Dedhy., Syarifah Hidayah, Rahmawati, “*Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor*”. Kinerja, Volume 14 (1) 2017

Pradana, Sidik., Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, cet.1, (Tangerang: Pascal Books, 2021)

Purnomo, Rochmat Aldy., *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, cet. 1, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016)

Puspangtyas, Lida., “*Survei: Konsumen Bersedia Membayar Lebih Mahal untuk Makanan Halal*”. *Republika*, 08 Februari 2023, ekonomi.republika.co.id/berita//rpr4o7502/survei-konsumen-bersedia-membayar-lebih-mahal-untuk-makanan-halal?

Razak, Mashur., *Perilaku Konsumen*. (Makassar: Alauddin University Press, 2016)

Rozjiqin, M.F., Ahmad Ajib Ridwan, “*Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Starbucks*”. *Journal of Economics and Business Aseanomics* 7(1) 2022

Sahir, Syafrida Hafni., *Metodologi Penelitian*, cet. 1, (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021)

Said, Mahiah., Faridah Hassan, Rosidah Musa, and Rahman, N.A., “*Assessing Consumers’ Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia’s Halal Food Products*”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014) 120 – 128

Sayekti, Nidya Waras., “*Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Kelembagaan*”. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, Vol. 5 No. 2, Desember 2014

Setyawan, Dodiet Aditya., *Buku Ajar Statistika Kesehatan Analisis Bivariat Pada Hipotesis Penelitian*, cet.1, (Klaten, CV. Tahta Media Group, 2022)

Senrianto, Wang Gunawan, Dhiraj S. Kelly, Riswan E. Tarigan, “*The Use of Quality, Security and Trust Factors to Improve the Online Purchase Decision*”. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology* 15th March 2018. Vol. 96. No. 5.

Shardi, Yusuf., Agustian Burda, Zulkarnaini, Arya Darmawan, & Laras Oktavia, “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*”. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Volume 4, Nomor. 2, 2021

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.

Suhirman, Yusuf, *Penelitian Kuantitatif Sebuah Panduan Praktis*, cet.1, (Mataram: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Mataram, 2019)

Fitroesmi, Endang., Diah Setiari Suhodo (ed.), *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global: Perilaku Produsen dalam Memproduksi Produk Halal*, cet.1, (Jakarta: LIPI Press, 2014)

Hya, Muhammad Ziauddin., Fatchur Rohman, Sunaryo, “*The Factor of Awareness and Purchasing Decision of Ice Cream Based on Halal Label*”. *Journal of Applied Management (JAM)* Volume 20, Number 4, December 2022

[undip.id/2022/fenomena-coffee-shop-bisnis-kekinian-di-indonesia/](https://www.undip.id/2022/fenomena-coffee-shop-bisnis-kekinian-di-indonesia/)

Wahyudi, Eko. “*Baru 10 Persen UMKM yang Kantungi Sertifikat Halal*”. *Tempo*, 29 Juni 2019, bisnis.tempo.co/read/1219420/baru-10-persen-umkm-yang-kantungi-sertifikat-halal

Wibowo, M. Fatihadi Rahmanto., Rusminah HS, ”*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Coffee Shop Komunal*”. *Jurnal Distribusi*. Vol. 9, No. 2 – September 2021

Widana, I Wayan., Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis*. (Lumajang: Klik Media, 2020)

Yana, “*Ini Kata Kopi Kenangan tentang Sertifikasi Halal*”. *Halal MUI*, 25 November 2022, halalmui.org/ini-kata-kopi-kenangan-tentang-sertifikasi-halal/

Muliana, Sinta., Ali Maskur, “*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati)*”. *Seiko, Journal of Management & Business*, 5(1), 2022

Zuhriyah, D.A, “*Industri Kedai Kopi Ditaksir Tumbuh 20% Tahun Ini*”. *Bisnis.com*, 22 Agustus 2019, ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini/

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH LABEL HALAL, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI



DI KEDAI KOPI BENGKALIS

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Saya Mohammad Faisal mahasiswa Pascasarjana Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan tesis dengan judul "Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru" sebagai persyaratan kelulusan mencapai gelar Magister Ekonomi (M.E).

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang saya lampirkan. Atas perhatian dan kesediaan waktu yang telah diluangkan, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Hormat Saya,

Mohammad Faisal

A. Identitas Responden

Isilah dengan cara melingkari yang sesuai dengan pilihan saudara :

- | | | | | | |
|----|---------------|---|--------------------|--------------------|--|
| a. | Umur | : | 1. 20 s/d 25 tahun | 2. 26 s/d 30 tahun | |
| | | | 3. 31 s/d 35 tahun | 4. 36 s/d 40 tahun | |
| | | | 5. 41 s/d 50 tahun | 6. > 50 tahun | |
| b. | Jenis Kelamin | : | 1. Laki-laki | 2. Perempuan | |



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.

- | | | | | |
|----|--|---|--|--|
| c. | Pekerjaan | : | 1. Mahasiswa
3. TNI/Polri
5. BUMN | 2. PNS
4. Wiraswasta
6. Lainnya |
| d. | Pendapatan per bulan | : | 1. 2 jt s/d 4.9 jt
3. 10 jt s.d 14.9 jt
5. 20 jt s/d 30 jt | 2. 5 jt s/d 9.9 jt
4. 15 jt s/d 19.9 jt
6. Lainnya |
| e. | Pendidikan Terakhir | : | 1. SMP
3. D3
5. S2 | 2. SMA
4. S1
6. S3 |
| f. | Kecenderungan untuk mengonsumsi kopi di kafe | : | 1. Yang berlabel halal | 2. Yang tidak berlabel halal |
| g. | Jenis kopi yang sering dipesan | : | | |
| h. | Harga kopi yang sering dipesan | : | 1. Rp.10.000 s/d
Rp.11.999
3. Rp.14.000 s/d
Rp.15.000 | 2. Rp.12.000 s/d
Rp.13.999 |
| i. | Rata-rata mengonsumsi kopi | : | 1. 1 x seminggu
3. 3 x seminggu | 2. 2 x seminggu
4. Setiap hari |

B Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban

Bapak/Ibu/Sdr.



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.

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Tidak Setuju (TS)
4. Sangat Tidak Setuju (STS)

Label Halal

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mengonsumsi kopi di kafe yang terdapat label halal.				
2.	Saya merasa label halal penting di tiap kafe.				
3.	Saya merasa nyaman dan terlindungi dalam mengonsumsi kopi di kafe berlabel halal.				
4.	Saya merasa makanan/minuman yang disajikan di kafe yang berlabel halal lebih higienis.				

D. Persepsi Harga

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Kedai Kopi Bengkalis menjual kopi dengan harga yang terjangkau.				
2.	Kedai Kopi Bengkalis menjual kopi dengan harga yang sesuai dengan kualitasnya.				
3.	Kedai Kopi Bengkalis menjual kopi dengan harga yang bersaing dengan kafe lainnya.				
4.	Kualitas kopi yang diberikan Kedai Kopi Bengkalis melebihi harga yang ditawarkan.				

E. Lokasi

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Kedai Kopi Bengkalis mudah dijangkau oleh sarana transportasi.				



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.

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
2.	Lokasi Kedai Kopi Bengkalis mudah dikenali.				
3.	Lalu lintas di kawasan Kedai Kopi Bengkalis lancar.				
4.	Tempat parkir Kedai Kopi Bengkalis luas.				
5.	Tempat parkir Kedai Kopi Bengkalis nyaman.				
6.	Tempat parkir Kedai Kopi Bengkalis aman.				

F. Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya yakin dengan kehalalan kopi di Kedai Kopi Bengkalis.				
2.	Saya yakin Kedai Kopi Bengkalis menyajikan kopi dengan cara yang higienis.				
3.	Saya lebih suka mengonsumsi kopi di Kedai Kopi Bengkalis dibandingkan dengan tempat lain.				
4.	Saya mengonsumsi kopi di Kedai Kopi Bengkalis karena direkomendasikan oleh teman saya.				
5.	Saya tidak menyesali keputusan saya mengonsumsi kopi di Kedai Kopi Bengkalis.				
6.	Saya akan mengonsumsi kembali kopi di Kedai Kopi Bengkalis di waktu yang akan datang.				
7.	Saya mengonsumsi kopi di Kedai Kopi Bengkalis karena mengikuti tren gaya hidup.				
8.	Saya mengonsumsi kopi di Kedai Kopi Bengkalis karena memiliki kemampuan keuangan.				

Statistics

Valid	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TotalX1
	166	166	166	166	166



Hak Cipta Ditindungi 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.

Missing	0	0	0	0	0
Mean	3,60	3,56	3,61	3,49	14,26
Std. Error of Mean	,039	,040	,039	,044	,140
Median	4,00	4,00	4,00	4,00	15,00
Mode	4	4	4	4	16
Std. Deviation	,504	,510	,502	,569	1,805
Variance	,254	,260	,252	,324	3,260
Range	2	2	2	2	8
Minimum	2	2	2	2	8
Maximum	4	4	4	4	16
Sum	597	591	599	580	2367

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	,6	,6	,6
	Setuju	65	39,2	39,2	39,8
	Sangat Setuju	100	60,2	60,2	100,0
	Total	166	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	,6	,6	,6
	Setuju	71	42,8	42,8	43,4
	Sangat Setuju	94	56,6	56,6	100,0
	Total	166	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	,6	,6	,6
	Setuju	63	38,0	38,0	38,6
	Sangat Setuju	102	61,4	61,4	100,0
	Total	166	100,0	100,0	

X1.4



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.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	6	3,6	3,6	3,6
Setuju	72	43,4	43,4	47,0
Sangat Setuju	88	53,0	53,0	100,0
Total	166	100,0	100,0	

TotalX1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
8	1	,6	,6	,6
11	3	1,8	1,8	2,4
12	45	27,1	27,1	29,5
13	9	5,4	5,4	34,9
14	21	12,7	12,7	47,6
15	17	10,2	10,2	57,8
16	70	42,2	42,2	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TotalX2
N	Valid	166	166	166	166	166
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,54	3,55	3,22	2,99	13,31
Std. Error of Mean		,039	,039	,061	,075	,163
Median		4,00	4,00	3,00	3,00	13,00
Mode		4	4	3	4	16
Std. Deviation		,500	,499	,789	,966	2,100
Variance		,250	,249	,623	,933	4,408
Range		1	1	3	3	7
Minimum		3	3	1	1	9
Maximum		4	4	4	4	16
Sum		588	590	535	496	2209



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.

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	76	45,8	45,8	45,8
Sangat Setuju	90	54,2	54,2	100,0
Total	166	100,0	100,0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	74	44,6	44,6	44,6
Sangat Setuju	92	55,4	55,4	100,0
Total	166	100,0	100,0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	7	4,2	4,2	4,2
Tidak Setuju	16	9,6	9,6	13,9
Setuju	76	45,8	45,8	59,6
Sangat Setuju	67	40,4	40,4	100,0
Total	166	100,0	100,0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	14	8,4	8,4	8,4
Tidak Setuju	36	21,7	21,7	30,1
Setuju	54	32,5	32,5	62,7
Sangat Setuju	62	37,3	37,3	100,0
Total	166	100,0	100,0	



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.

TotalX2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	2	1,2	1,2
	10	9	5,4	6,6
	11	22	13,3	19,9
	12	48	28,9	48,8
	13	13	7,8	56,6
	14	18	10,8	67,5
	15	2	1,2	68,7
	16	52	31,3	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TotalX3
N	Valid	166	166	166	166	166	166	166
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3,35	3,33	3,25	3,27	3,27	3,28	19,74
Std. Error of Mean		,038	,039	,040	,042	,037	,037	,197
Median		3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	18,00
Mode		3	3	3	3	3	3	18
Std. Deviation		,491	,497	,521	,541	,482	,478	2,532
Variance		,241	,247	,272	,293	,232	,228	6,411
Range		2	2	2	2	2	2	11
Minimum		2	2	2	2	2	2	13
Maximum		4	4	4	4	4	4	24
Sum		556	553	539	542	542	545	3277

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	,6	,6
	Setuju	106	63,9	64,5
	Sangat Setuju	59	35,5	100,0
Total		166	100,0	100,0



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.

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	1,2	1,2	1,2
Setuju	107	64,5	64,5	65,7
Sangat Setuju	57	34,3	34,3	100,0
Total	166	100,0	100,0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	7	4,2	4,2	4,2
Setuju	111	66,9	66,9	71,1
Sangat Setuju	48	28,9	28,9	100,0
Total	166	100,0	100,0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	8	4,8	4,8	4,8
Setuju	106	63,9	63,9	68,7
Sangat Setuju	52	31,3	31,3	100,0
Total	166	100,0	100,0	

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	1,8	1,8	1,8
Setuju	116	69,9	69,9	71,7
Sangat Setuju	47	28,3	28,3	100,0



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.

Total	166	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

X3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Tidak Setuju	2	1,2	1,2	1,2
Setuju	115	69,3	69,3	70,5
Sangat Setuju	49	29,5	29,5	100,0
Total	166	100,0	100,0	

TotalX3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
13	1	,6	,6	,6
15	2	1,2	1,2	1,8
16	1	,6	,6	2,4
17	7	4,2	4,2	6,6
18	78	47,0	47,0	53,6
19	11	6,6	6,6	60,2
20	7	4,2	4,2	64,5
21	16	9,6	9,6	74,1
22	9	5,4	5,4	79,5
23	4	2,4	2,4	81,9
24	30	18,1	18,1	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Statistics

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TotalY
Valid	166	166	166	166	166	166	166	166	166
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,55	3,49	3,21	3,08	3,34	3,37	2,51	2,76	25,32
Std. Error of Mean	,039	,039	,058	,062	,047	,041	,075	,071	,298
Median	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	24,00
Mode	4	3	3	3	3	3	2	3	24
Std. Deviation	,499	,501	,753	,801	,600	,533	,971	,909	3,844
Variance	,249	,251	,567	,642	,360	,284	,942	,826	14,776
Range	1	1	3	3	3	3	3	3	16
Minimum	3	3	1	1	1	1	1	1	16



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.

Maximum	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Sum	590	580	533	511	555	560	416	458	4203	

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	74	44,6	44,6	44,6
Sangat Setuju	92	55,4	55,4	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	84	50,6	50,6	50,6
Sangat Setuju	82	49,4	49,4	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	1,8	1,8	1,8
Tidak Setuju	24	14,5	14,5	16,3
Setuju	74	44,6	44,6	60,8
Sangat Setuju	65	39,2	39,2	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	12	7,2	7,2	7,2



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.

Tidak Setuju	11	6,6	6,6	13,9
Setuju	95	57,2	57,2	71,1
Sangat Setuju	48	28,9	28,9	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	1,2	1,2	1,2
Tidak Setuju	5	3,0	3,0	4,2
Setuju	93	56,0	56,0	60,2
Sangat Setuju	66	39,8	39,8	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	,6	,6	,6
Tidak Setuju	1	,6	,6	1,2
Setuju	99	59,6	59,6	60,8
Sangat Setuju	65	39,2	39,2	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	24	14,5	14,5	14,5
Tidak Setuju	67	40,4	40,4	54,8
Setuju	42	25,3	25,3	80,1
Sangat Setuju	33	19,9	19,9	100,0
Total	166	100,0	100,0	

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.

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat				
Tidak	20	12,0	12,0	12,0
Setuju				
Tidak	33	19,9	19,9	31,9
Setuju	80	48,2	48,2	80,1
Sangat				
Setuju	33	19,9	19,9	100,0
Total	166	100,0	100,0	

TotalY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16	1	,6	,6	,6
17	1	,6	,6	1,2
18	1	,6	,6	1,8
19	1	,6	,6	2,4
20	3	1,8	1,8	4,2
21	11	6,6	6,6	10,8
22	20	12,0	12,0	22,9
23	24	14,5	14,5	37,3
24	33	19,9	19,9	57,2
25	10	6,0	6,0	63,3
26	8	4,8	4,8	68,1
27	10	6,0	6,0	74,1
28	6	3,6	3,6	77,7
29	5	3,0	3,0	80,7
30	3	1,8	1,8	82,5
31	1	,6	,6	83,1
32	28	16,9	16,9	100,0
Total	166	100,0	100,0	

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.

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Label Halal
X1.1	Pearson Correlation	1	.767**	.737**	.572**	.881**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	166	166	166	166	166
X1.2	Pearson Correlation	.767**	1	.744**	.628**	.901**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	166	166	166	166	166
X1.3	Pearson Correlation	.737**	.744**	1	.575**	.875**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	166	166	166	166	166
X1.4	Pearson Correlation	.572**	.628**	.575**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	166	166	166	166	166
Label Halal	Pearson Correlation	.881**	.901**	.875**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	166	166	166	166	166

** . correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Persepsi Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.733**	.214**	.227**	.255**
	Sig. (2-tailed)		,000	,006	,003	,001
	N	166	166	166	166	166



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.

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	166	166	166	166	166	166	166
Lokasi	Pearson Correlation	.834**	.882**	.806**	.811**	.861**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	166	166	166	166	166	166	166

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations								Keputusan Pembelian
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
Y1	Pearson Correlation	1	.813**	.575**	.133	.575**	.562**	.093	.042	.410**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,087	,000	,000	,232	,588	,000
	N	166	166	166	166	166	166	166	166	166
Y2	Pearson Correlation	.813**	1	.557**	.265**	.621**	.576**	.205**	.156*	.482**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000	,008	,044	,000
	N	166	166	166	166	166	166	166	166	166
Y3	Pearson Correlation	.575**	.557**	1	.304**	.590**	.558**	.301**	.234**	.522**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	166	166	166	166	166	166	166	166	166
Y4	Pearson Correlation	.133	.265**	.304**	1	.347**	.158*	.650**	.650**	.488**
	Sig. (2-tailed)	,087	,001	,000		,000	,042	,000	,000	,000
	N	166	166	166	166	166	166	166	166	166
Y5	Pearson Correlation	.575**	.621**	.590**	.347**	1	.639**	.241**	.241**	.501**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,002	,002	,000
	N	166	166	166	166	166	166	166	166	166
Y6	Pearson Correlation	.562**	.576**	.558**	.158*	.639**	1	.230**	.149	.353**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,042	,000		,003	,055	,000
	N	166	166	166	166	166	166	166	166	166
Y7	Pearson Correlation	.093	.205**	.301**	.650**	.241**	.230**	1	.798**	.367**
	Sig. (2-tailed)	,232	,008	,000	,000	,002	,003		,000	,000
	N	166	166	166	166	166	166	166	166	166
Y8	Pearson Correlation	.042	.156*	.234**	.650**	.241**	.149	.798**	1	.385**
	Sig. (2-tailed)	,588	,044	,002	,000	,002	,055	,000		,000
	N	166	166	166	166	166	166	166	166	166
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.410**	.482**	.522**	.488**	.501**	.353**	.367**	.385**	1



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.

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	166	166	166	166	166	166	166	166	166	166

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Label Halal
Reliability
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,887	4

**Persepsi Harga
Reliability
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,712	4

**Lokasi
Reliability
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,917	6



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
Reliability
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,824	8

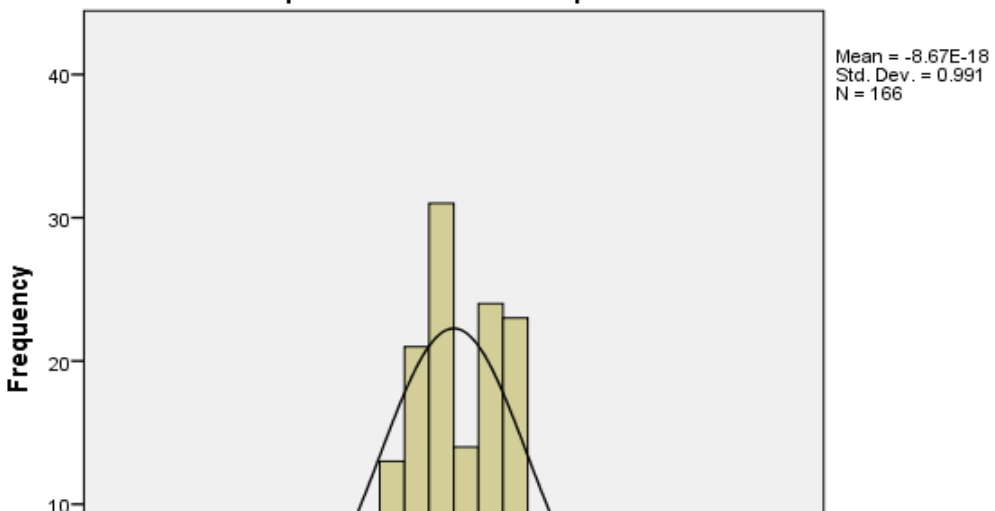
**Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

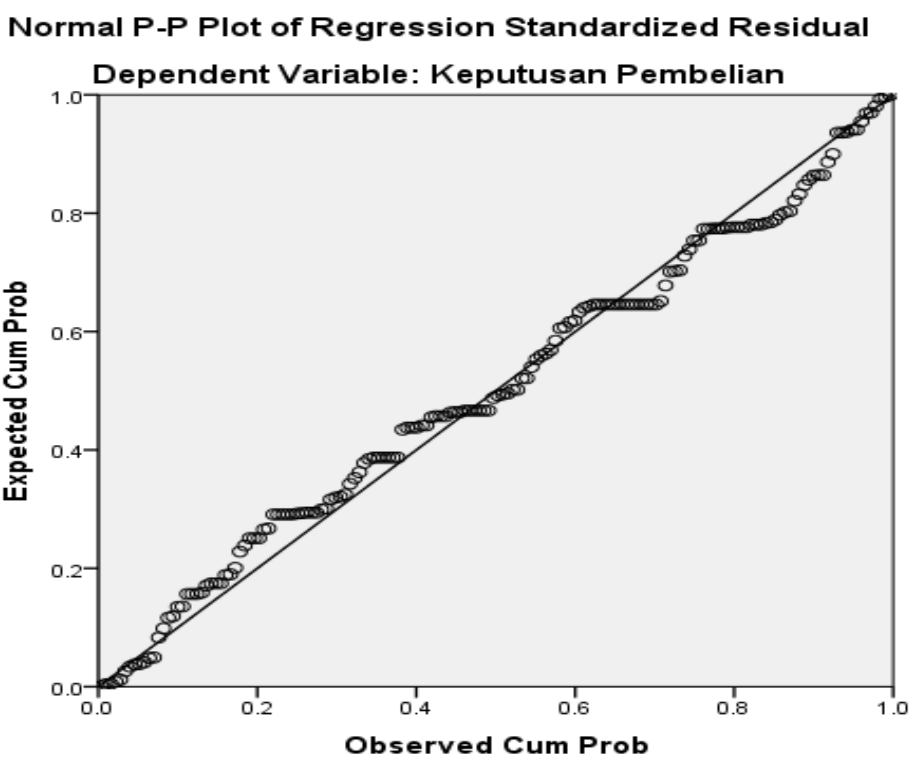
		Unstandardized Residual
N		166
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,16433346
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,068
	Negative	-,072
Kolmogorov-Smirnov Z		,933
Asymp. Sig. (2-tailed)		,349

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Histogram

Dependent Variable: Keputusan Pembelian





© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

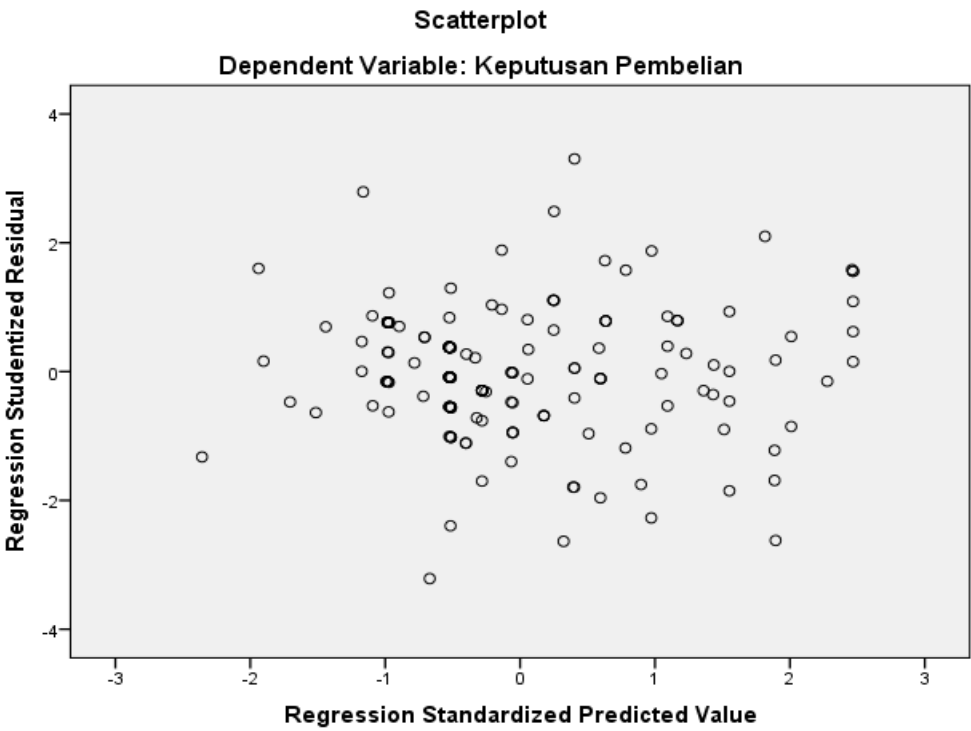


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	6,713	1,793		3,744	,000		
Label Halal	,005	,107	,003	,045	,965	,769	1,301
Persepsi Harga	,841	,107	,490	7,828	,000	,918	1,089
Lokasi	,351	,077	,313	4,552	,000	,759	1,318

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian





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.

Akreditasi B

SK No: 137/IBAN PAUD DAN PNF/AKRRI/2010



In collaboration with



Izin No 420/HID/PAUD.PNF/2/VI/2017/6/109

**اختبار الكفاءة اللغوية العربية لغير ناطقين بها
شهادة الانجاز**

هذا لشهيد ان

اسم : Mohammad Faisal
 رقم الهوية : 1401102810770002
 تاريخ : 03-08-2021
 صلح حتى : 03-08-2023
 حصل النتيجة التالية في اختبار لمعرفة الكفاءة اللغوية
 الاستماع : 52
 القواعد : 47
 القراءة : 52
 النتيجة : 503



Robi Kurniawan, M. A.
Homie English Director

No. 470/HOMIE/VI/2021



Izin No 420 BID PAUD.PNF/2/VI/2017/5700

Under the auspices of

HOMIE ENGLISH

At Pekanbaru

Date: 03-08-2021



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.



AKREDITASI B
SK No. 107/2018 PAUD-PNF-AKR/2018

Certificate Number: 469/HOMIE/VIIR/2021

TOEFL®

CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

Name : **Mohammad Faisal**
 ID Number : **1401102810770002**
 Test Date : **03-08-2021**
 Expired Date : **03-08-2023**

achieved the following scores:

Listening Comprehension	: 49
Structure and Written Expression	: 56
Reading Comprehension	: 48
Total	: 510



Robi Kurniawan, M. A.
Homie English Director





Izin No: 420/III/2017 PAUD-PNF.2/III/2017/8700
 Under the auspices of
HOMIE ENGLISH
 AL. Pekanbaru
 Date: **01-08-2021**



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
Phone & Facs, (0761) 858832, Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id> Email : pasca@uin-suska.ac.id

Nomor : B-902/Un.04/Ps/HM.01/03/2023 Pekanbaru, 02 Maret 2023
Lamp. : 1 berkas
Hal : Izin Melakukan Kegiatan Riset Tesis/Disertasi

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
Satu Pintu Prov. Riau
Pekanbaru

Dengan hormat, dalam rangka penulisan tesis/disertasi, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengizinkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama	: MOHAMMAD FAISAL
NIM	: 22190314922
Program Studi	: Ekonomi Syariah S2
Semester/Tahun	: IV (Empat) / 2023
Judul Tesis/Disertasi	: Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kafe di Kota Pekanbaru

untuk melakukan penelitian sekaligus pengumpulan data dan informasi yang diperlukannya dari Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru dan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Provinsi Riau

Waktu Penelitian: 3 Bulan (06 Maret 2023 s.d 06 Juni 2023)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wasalam
Direktur,

Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA
NIP. 19611230 198903 100 2

Tembusan:
Yth. Rektor UIN Suska Riau



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA

كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 P.O.BOX. 1004
Phone & Faxes, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

**KARTU KONTROL MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL / TESIS / DISERTASI
PASCASARJANA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

NAMA : Mohammad Faisal
NIM : 22190314922
PRODI : Ekonomi Syariah
KONSENTRASI : -

NO	HARI/TGL	JUDUL PROPOSAL / TESIS / DISERTASI	PESERTA UJIAN	PARAF SEKRETARIS
1	Kamis / 30/3 -23	Analisis penerapan sistem bonus multi level market	Miftahurrahmah	f
2		ng HTP dalam Pospelchit Ulemani Ulani Kola pelomboran		
3	Rabu / 5/4 -23	Pengaruh literasi zakat, pendapatan dan kepercayaan	Romaha Lubis	f
4		terhadap keputusan mazabek membayar zakat Me Laku platform fikrah di Kabupaten padang lawas sumut		
5	Rabu / 5/4 -23	Pengaruh label halal, Composisi bahan Pangan dan	Melati Julia Raikhani	f
6		Religiusitas terhadap minat beli Produk Pangan Mie Instan di Kelurahan Langgini di Kecamatan BangGiang		
7	Selasa / 4/04 23	Interaksi Makna Kultur Rahn Penyelesaian kasus Nuruz Suami, RESPEK FISIK	Syahris	f
8	Selasa 4/04 23	Urgensi Pertimbangan Hukum dalam konstruksi kompilasi Hukum Islam Umenup Fikih Indonesia yg Hakt	Muhammad Hanif	f
9				
10				

Pekanbaru, 11 April 2023
Ka. Prodi,

Dr. Trian Zulhadi, SE, M. Ec
NIP.19760211 200710 1 002

- NB 1. Kartu ini dibawa setiap kali mengikuti ujian.
2. Setiap mahasiswa wajib menghadiri minimal 5 kali seminar proposal, thesis dan disertasi
3. Sebagai syarat ujian Proposal, tesis dan Disertasi

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang 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.



UIN SUSKA RIAU

KARTU KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS / DISERTASI MAHASISWA

NAMA	: <u>MOHAMMAD FAISAL</u>
NIM	: <u>22190314922</u>
PROGRAM STUDI	: <u>EKONOMI SYARIAH</u>
KONSENTRASI	: _____
PEMBIMBING I / PROMOTOR	: <u>DR. MAHYARMI, SE. MIM</u>
PEMBIMBING II / CO PROMOTOR	: <u>DR. JULIMA, SE. MSI</u>
JUDUL TESIS/DISERTASI	: <u>PENGARUH LABEL HALAL, PER- JEPPI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DI KAFE DI KOTA PEKANBARU</u>

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM 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.

KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS / DISERTASI*

No.	Tanggal Konsultasi	Materi Pembimbing / Promotor*	Paraf Pembimbing / Promotor	Keterangan
1.	19/3/2023	1. Perbaikan numerasi masalah. 2. Tambahan variabel pada bagian dari pembahasan pengaruh faktor variabel sampling. 4. Perbaikan kesimpulan. Perubahan tema pertanyaan draft Responser.	My	
2.	24/3/2023		My	
3.	6/3/2023	Acc Responser	My	
4.	27/3/2023	Perbaikan penentuan faktor yang mempengaruhi kesimpulan. Perbaikan.	My	
5.			My	
6.	31/3/23	Acc hasil penelitian	My	

Catatan:

*Coret yang tidak perlu

Pekbaru,20....

Pembimbing I / Promotor*

[Signature]

KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS / DISERTASI*

No.	Tanggal Konsultasi	Materi Pembimbing / Promotor*	Paraf Pembimbing / Co Promotor*	Keterangan
1.	6/2/2023	Mencari beberapa jurnal internasional untuk instrumen pengelompokan variabel penelitian.	M	
2.	24/2/2023	Perbaikan draft Responser.	M	
3.	04/03/23	Acc Kuesioner	M	
4.	21/03/23	Acc hasil penelitian	M	
5.			M	
6.	21/03/23	Acc Ujian Murni	M	

Catatan:

*Coret yang tidak perlu

Pekbaru,20....

Pembimbing II / Co Promotor*

[Signature]
Dr. Juliano, S.Pd., M.Pd.

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.

BIODATA PENULIS



Penulis bernama **MOHAMMAD FAISAL**, lahir pada tanggal 28 Oktober 1977 di Kisaran, Sumatera Utara. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan H. Abdul Wahab dan Hj. Machroni Muchtar. Penulis menempuh pendidikan formal dari SD Diponegoro Kisaran (lulus tahun 1989), melanjutkan ke SMP Negeri 3 Kisaran (lulus 1992), melanjutkan ke SMA Negeri 1 Kisaran (lulus 1995), kemudian melanjutkan ke Fakultas Teknik Universitas Sumatera Utara (lulus 2001), hingga akhirnya menyelesaikan kuliah di program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Program Studi Ekonomi Syari'ah. Saat ini penulis berprofesi sebagai Staf Sub Bagian Penyusunan HPS dan E-Katalog PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.