



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA



**PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK
OBAT TERHADAP MINAT BELI OBAT PADA MAHASISWA
FEB UHAMKA**

SKRIPSI

Ayu Nur Refmasita 1602055010

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JAKARTA
2021



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK
OBAT TERHADAP MINAT BELI OBAT PADA MAHASISWA
FEB UHAMKA**

SKRIPSI

Ayu Nur Refmasita

1602055010

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JAKARTA 2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul
**“PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK OBAT
TERHADAP MINAT BELI OBAT PADA MAHASISWA FEB UHAMKA”**
merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya
tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan
sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah
diajukan untuk gelar sarjana atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof.
DR. Hamka atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan
benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil
plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia
mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan
aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.

Jakarta, 18 Februari 2021





(Ayu Nur Refmasita)

NIM 1602055010

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS
PRODUK OBAT TERHADAP MINAT BELI OBAT
PADA MAHASISWA FEB UHAMKA**
NAMA : **AYU NUR REFMASITA**
NIM : **1602055010**
PRGRAM STUDI : **EKONOMI ISLAM**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Drs. Faozan Amar., MM	
Pembimbing II	Meita Larasati, S.Pd., M.Sc.	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA



Ummu Salma Al Azizah, SE.I.,M.Sc

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK OBAT TERHADAP
MINAT BELI OBAT PADA MAHASISWA FEB UHAMKA**

Yang disusun oleh :

Ayu Nur Refmasita

1602055010

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : 24 Februari 2021

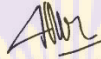
Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :



(Dr. Yadi Nurhayadi M.Si)

Sekretaris, merangkap anggota :



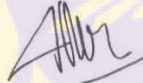
(Ummu Salma Al azizah, SE.I.,M.Sc)

Anggota :



(Dr. Ahmadih Rojali, Lc MA)

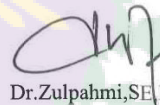
Ketua Program Studi Ekonomi
Islam Fakultas Ekonomi dan
Bisnis UHAMKA



Ummu Salma Al azizah, SE.I.,M.Sc

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis UHAMKA



Dr. Zulpahmi, SE.M.Si

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Nur Refmasita
NIM : 1602055010
Program studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK OBAT TERHADAP MINAT BELI OBAT PADA MAHASISWA FEB UHAMKA”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta
Pada tanggal : 18 Februari 2021

Yang menyatakan


(Ayu Nur Refmasita)



ABSTRAKSI

Ayu Nur Refmasita (1602055010) PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK OBAT TERHADAP MINAT BELI OBAT PADA MAHASISWA FEB UHAMKA

Skripsi Program Strata Satu Program studi Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka. 2020. Jakarta.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Obat.

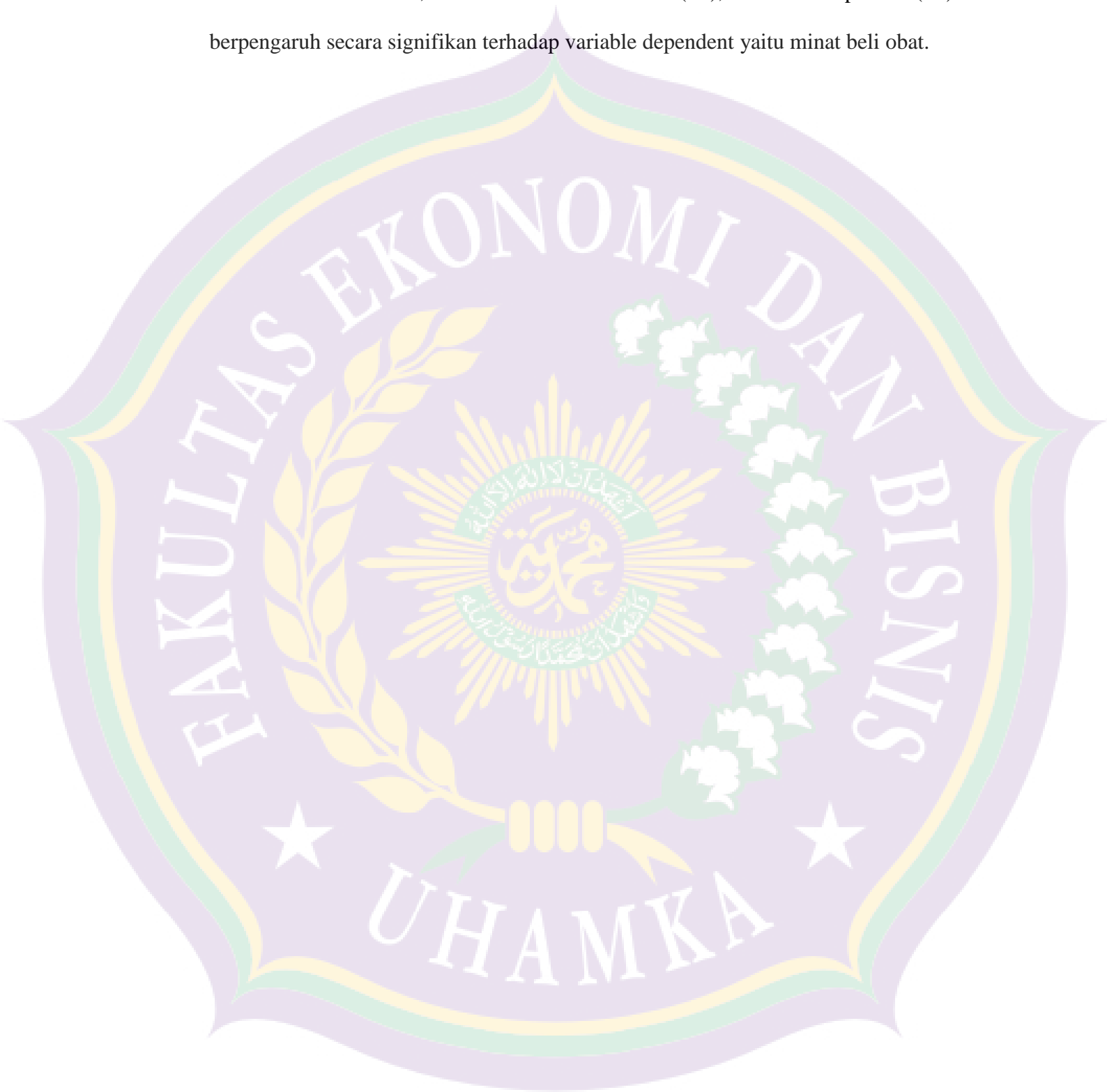
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi alasan minat beli (seperti label *Halal*, dan kualitas produk) obat pada mahasiswa FEB UHAMKA. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah Label Halal (X_1), Kualitas Produk (X_2), terhadap Minat Beli Obat (Y). Populasinya adalah mahasiswa FEB UHAMKA yang pernah melakukan transaksi pembelian obat.

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode pengambilan sampel dengan metode teknik pengambilan data dengan kuesioner atau yang disebut dengan instrumen penelitian. Teknik pengolahan data menggunakan SPSS Statistics Versi 24 yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas, statistic deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji ketetapan model.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel label halal dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada Mahasiswa FEB UHAMKA. Mahasiswa FEB UHAMKA menganggap bahwa label Halal dan kualitas produk menjadi faktor yang diperhatikan ketika memilih obat-obatan yang akan dibeli. Mereka memilih obat yang sudah memiliki label *Halal* dan kualitas

yang bagus karena menurut mereka hal tersebut menjadi jaminan obat yang digunakan tentunya aman dan baik untuk dikonsumsi.

Secara simultan, semua variable label Halal (X_1), dan kualitas produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependent yaitu minat beli obat.



ABSTRACT

Ayu Nur Refmasita (1602055010)

THE EFFECT OF HALAL LABELS AND THE QUALITY OF DRUG PRODUCTS ON THE INTERESTS OF PURCHASE OF DRUGS IN FEB UHAMKA STUDENTS.

The Thesis of Bachelor Degree Program. Islamic Economics Major. Economical and Business Faculty of Muhammadiyah Univeristy Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta

Keyword: Halal Label, Product Quality, and Drug Purchase Intention.

This study aims to determine the factors that become the reasons for buying interest (such as the halal label, and product quality) of medicine among FEB UHAMKA students. The variables examined in this study were Halal Label (X1), Product Quality (X2), and Drug Purchase Intention (Y). The population is FEB UHAMKA students who have made drug purchase transactions.

The method used in this research is quantitative method. The sampling method used was a data collection technique using a questionnaire or what was called a research instrument. The data processing technique uses SPSS Statistics Version 24, namely using validity and reliability tests, descriptive statistics, classical assumption tests, multiple regression analysis, and model assessment.

The results of the study partially show that the halal label variable and product quality have a significant effect on drug purchase interest in FEB UHAMKA students. FEB UHAMKA students consider that the halal label and product quality are factors that are considered when choosing medicines to buy. They choose drugs that already have a halal label and are of good quality because according to them this is a guarantee that the drugs used are of course safe and good for consumption.

Simultaneously, all halal label variables (X1) and product quality (X2) have a significant effect on the dependent variable, namely drug buying interest.



KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini serta salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke zaman yang canggih ini. Pada kesempatan ini, saya penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H.Gunawan Suryoputro,M.Hum., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka.
2. Bapak Dr. Zulpahmi S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka.
3. Bapak Sumardi, S. E., M.Si selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomu dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka.
4. Bapak M. Nurasyidin, SE, M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka.
5. Bapak Edi Setiawan, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan III & IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka.
6. Ibu Ummu Salma Al Azizah, S.E.I., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Strata I Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka.
7. Bapak Drs Faozan Amar, MM., selaku Pembimbing I yang meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Meita Larasati, S.Pd., M.Sc., selaku Pembimbing II yang meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh dosen pengajar di Program Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.DR.Hamka yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat dalam menyusun skripsi ini.
10. Untuk orangtuaku, serta keluarga yang selalu memberikan semangat, serta memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung.

11. Keluarga Ekonomi Islam (2016) angkatan ke 2, yang selalu memberikan semangat, memberikan motivasi, serta memberikan arahan selama pengerjaan skripsi ini dilakukan.

12. Kepada seluruh responden kuesioner yang telah bersedia meluangkan waktunya dengan mengisi kuesioner secara *online*.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal yang senantiasa mendapatkan ridho Allah SWT dan diberikan balasan yang berlipat ganda untuk semuanya.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis sadar akan banyaknya kekurangan dalam penulisan dan jauh dari kata kesempurnaan dan terdapat banyak kekurangan dan kesalahan yang peneliti tidak ketahui, oleh Karena itu peneliti mengharapkan adanya masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk tercapainya penelitian yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti sendiri, peneliti selanjutnya dan umumnya bagi para pembaca sekalian. Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh...

Jakarta, 18 Februari 2021

Peneliti

Ayu Nur Refmasita
NIM.1602055010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAKSI/INTISARI	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	9
1.2.3 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	29
2.2.1 Label Halal.....	29
2.2.2 Kualitas Produk.....	34
2.2.3 Minat Beli.....	35
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
2.4 Rumusan Hipotesis.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	41

3.2	Operasionalisasi Variabel.....	41
3.3	Populasi dan Sampel	42
3.3.1	<i>Populasi Penelitian</i>	42
3.3.2	<i>Sampel Penelitian</i>	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	45
3.4.1.1	<i>Tempat Penelitian</i>	45
3.4.1.2	<i>Waktu Penelitian</i>	45
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	45
3.5	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	46
3.5.1	<i>Teknik Kualitas Data</i>	46
3.5.1.1	<i>Uji Validitas Data</i>	47
3.5.1.2	<i>Uji Reliabilitas Data</i>	48
3.5.2	<i>Statistik Deskriptif</i>	49
3.5.3	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	49
3.5.3.1	<i>Uji Normalitas</i>	49
3.5.3.2	<i>Uji Multikolinearitas</i>	50
3.5.3.3	<i>Uji Heteroskedastisitas</i>	50
3.5.3.4	<i>Uji Autokorelasi</i>	50
3.5.4	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	52
3.5.5	<i>Uji Hipotesis</i>	53
3.5.5.1.	<i>Uji Simultan (Uji F)</i>	53
3.5.5.2.	<i>Uji Parsial (Uji t)</i>	55
3.5.6	<i>Analisis Koefisien Korelasi (R)</i>	56
3.5.7	<i>Uji Koefisien Determinasi (R²)</i>	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1	<i>Sejarah Singkat Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka</i>	59
4.1.2.	<i>Asal Nama UHAMKA</i>	60
4.1.3	<i>Sejarah Kepemimpinan</i>	61
4.1.4.	<i>Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka</i>	62
4.1.5	<i>Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA</i>	63
4.1.6	<i>Deskripsi Data</i>	64

4.1.6.1 Responden Berdasarkan Usia	64
4.1.6.2 Responden Berdasarkan Tahun Semester	65
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan.....	65
4.2.1 Hasil Uji Kualitas Data	65
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas.....	65
4.2.1.2 Hasil Uji Reabilitas	67
4.2.2 Statistik Deskriptif.....	69
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.2.3.1 Model Regresi Linier Berganda.....	76
4.2.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	77
4.2.3.3 Analisis Koefisien Determinasi dan Adjusted R Square	82
4.2.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	82
4.2.4 Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran-Saran	89

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
1.	Produsen Obat Halal yang Terdaftar di LPPOM MUI Pusat 2020	3
2.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	19
3.	Operasional Variabel Penelitian	41
4.	Jumlah Mahasiswa FEB tahun 2020.....	44
5.	Skala Pengukuran Likert.....	46
6.	Kaidah Keputusan Durbin Watson	52
7.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	56
8.	Distribusi Responden Berdasarkan Prodi.....	64
9.	Distribusi Responden Berdasarkan Semester.....	65
10.	Hasil Uji Validitas Label Halal	66
11.	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	66
12.	Hasil Uji Validitas Minat Beli	67
13.	Hasil Uji Reliabilitas Label Halal (X_1).....	68
14.	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X_2).....	68
15.	Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y).....	68
16.	Hasil Jawaban Kuesioner Responden Label Halal (X_1)	69
17.	Hasil Jawaban Kuesioner Responden Kualitas Produk (X_2)	71
18.	Hasil Jawaban Kuesioner Responden Minat Beli (Y).....	74
19.	Hasil Analisis Linear Berganda	76
20.	Hasil Uji Multikolinearitas	79
21.	Hasil Autokorelasi	81
22.	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	83
23.	Hasil Uji Ftest.....	84

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1.	Kerangka Konseptual.....	39
2.	Hasil Uji Normalitas	78
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	8



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertimbangan orang ketika memilih produk ada berbagai macam. Diantaranya adalah kualitas, nilai barang, harga, testimoni, dan tak lupa minat beli barang itu sendiri. Menurut Ashari (2014), Minat beli adalah kecenderungan individu atau konsumen untuk membeli produk dengan nama merek tertentu atau melakukan tindakan terkait pembelian, yang dapat diukur dengan mengukur kemungkinan individu atau konsumen membeli produk atau jasa.. Adapun indikator minat beli menurut Ferdinand (2016), yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2019), tidak kurang dari 87,2% atau sekitar 207,2 juta dari total penduduk Indonesia memeluk Agama Islam. Besarnya jumlah angka tersebut menjadi kesempatan bagi produk halal untuk berkembang, juga produsen produk halal untuk melebarkan jangkauan produksinya di Indonesia. Meningkatnya jumlah penduduk kelas menengah di Indonesia juga dapat menjadi peluang lain bagi perusahaan *consumer goods*. Pada tahun 2014, rata-rata pendapatan per rumah tangga setiap tahunnya di Indonesia mencapai Rp 98,230,183 (*Euromonitor International*, 2015)

Global Islamic Economy melaporkan bahwa Indonesia menjadi pasar industri halal terbesar di dunia dengan perbandingan pertumbuhan rata-rata naik hingga

lima sampai enam persen setiap tahunnya. Indonesia menduduki peringkat 10 dari 15 negara tertinggi dalam perkembangan ekonomi syariah. Peningkatan pasar industri Halal di Indonesia didorong oleh beberapa sektor industri antara lain industri perbankan, industri makanan dan minuman, *fashion* Muslim, industri kesehatan dan industri kosmetik (*Global Islamic Economy Report*, 2018).

Menurut MUI (Majelis Ulama Indonesia), hanya terdapat 22 jenis yang sudah mendapatkan sertifikat Halal dan aman untuk digunakan oleh umat Islam (voaIslam.com, 2013) jumlah ini semakin meningkat ditambah dengan 800 jenis obat dari Dexa Group yang bersertifikasi halal (Hamzah, 2019). Namun jumlah tersebut masih sangat sedikit karena jenis obat yang beredar dipasaran mencapai 18.000 (Karta, 2013). Hal ini sangat disayangkan mengingat Indonesia adalah Negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Jika diperhatikan dari fenomena produk Halal yang terjadi, produsen produk Halal masih cenderung “bermain aman” dengan memilih pasar makanan yang merupakan kebutuhan dasar manusia, di samping kesadaran konsumen (*consumer awareness*) terhadap kehalalan produk nonmakanan juga masih rendah. Seperti halnya produk farmasi dan kosmetik yang juga dikonsumsi secara langsung oleh manusia.

LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) menyatakan kurang dari satu persen obat-obatan yang beredar saat ini memiliki sertifikasi Halal berasal dari lima perusahaan farmasi. Produsen produk Halal mengeluhkan susahny sertifikasi obat Halal di Indonesia. Kesulitan tersebut terjadi karena sebagian besar atau sekitar 90 persen bahan baku obat di Indonesia berasal dari luar negeri. Bahan baku obat tersebut sebagian besar dari negara yang belum menjadikan halal dalam suatu hal

yang penting dalam memproduksinya. Menurut Lukman (2013), hampir seluruh jenis obat-obatan yang tersebar di Indonesia memiliki kemungkinan halal yang kecil. Makadari itu, sertifikasi pada produk farmasi adalah penting agar memudahkan konsumen muslim untuk memeriksa kandungan dalam obat tersebut dalam melakukan pemilihan produk obat yang akan digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ananda (2019) terhadap konsumen Muslim di Bandung membenarkan pernyataan tersebut, hal tersebut memanglah benar jika konsumen muslim di Banten menjadikan “Halal” salah satu faktor utama dan yang terpenting dalam memilih makanan. Label halal menimbulkan rasa aman bagi umat Muslim karena dapat dipastikan bahan dan bahan yang digunakan aman. Para produsen juga tidak bisa mengabaikan label halal pada produk mengingat telah disahkannya Undang-Undang Jaminan Produk Halal pada tahun 2014 maka produk konsumsi halal (termasuk obat-obatan) yang beredar di Indonesia wajib memiliki sertifikat halal. Tujuan utamanya merupakan melindungi konsumen Muslim (dari segi halal) dan juga non-muslim (dari segi *thayyib*), tetapi di sisi lain sertifikasi halal yang bersifat wajib ini dikhawatirkan akan memberatkan produsen kosmetik kecil karena untuk melakukan sertifikasi seringkali membutuhkan biaya yang cukup banyak.

Tabel 1
Daftar Produsen Obat Halal
Yang Terdaftar di LPPOM MUI Pusat Tahun 2020

No	Nama Perusahaan	Jumlah Obat yang Terdaftar
1	Beloorbayir Biotech Ltd., Unit-Bayir Chemicals	3

2	PT. Daewoong Infion	9
3	Hebei Jiheng (Group) Pharmaceutical Co., Ltd.	2
4	PT. Merck Tbk	7
5	PT. Midix Graha Farma	7
6	PT. Darya-Varia Laboratoria, Tbk	4
7	PT. Herbal Manufacturing Malindo	1
8	PT. Inertia Utama	18
9	PT. Medifarma Laboratories	4
10	PT. Medifarma Laboratories	5
11	Simpur Pharma Sdn Bhd	66
12	Syntex S.a	1
13	PT.Tirta Anugerah Mandiri	10
14	CV. Vermindo Internasional	56

Sumber : www.Halalmui.org

Meningkatnya kesadaran akan produk halal membuat minat terhadap obat dengan kandungan yang *thayyib* maupun obat dengan halal positioning secara tidak langsung merefleksikan besarnya pengaruh agama dalam pengambilan keputusan konsumen. Agama merupakan suatu faktor budaya yang penting untuk dipelajari dalam bidang perilaku konsumen karena hal itu merupakan salah satu institusi sosial yang paling universal dan memiliki pengaruh signifikan pada sikap, nilai dan perilaku seseorang pada tingkat individu maupun masyarakat (Farrag dan Hassan, 2015).

Label Halal adalah unsur yang saat ini menjadi pedoman umat muslim dalam membeli produk. Label Halal penting karena berguna untuk memberikan keyakinan pada konsumen dalam proses pengambilan keputusan (Syahputra & Hamoraon, 2013). Label ini hanya bisa diperoleh jika sebuah produk sudah lulus uji Halal dan mendapatkan sertifikat oleh BPPOM MUI. Sedangkan produk Halal menurut Undang - Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pada Pasal 1 ayat (2) adalah Produk yang telah dinyatakan Halal sesuai dengan syariat Islam.

Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen yang memiliki pemahaman agama yang baik akan lebih aktif dan selektif tentang kandungan barang yang akan dibelinya, dan tentu saja kehalalan suatu produk tidak terkecuali dalam pemilihan produk obat-obatan. Produk obat adalah salah satunya karena memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Apabila tidak tepat dalam memilih produk yang akan digunakan maka akan berdampak buruk pada tubuh dikemudia hari, makadari itu konsumen harus memilih produk dengan kandungan yang *thayyib* (baik). Produk yang halal terbukti lebih aman karena pastinya mengandung hal-hal yang baik bagi tubuh (*thayyib*). Sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-Maidah ayat 88 :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ

مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

“Dan makanlah yang Halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”

Obat halal adalah jawaban bagi umat manusia yang ingin sehat dan menyembuhkan penyakit namun tetap dengan anjuran agama. Suatu benda atau perbuatan dapat dikatakan halal jika mengandung bahan yang sesuai ketentuan ajaran islam dan tidak melanggar syariat Islam. Umat muslim paham jika

keberadaan bahan yang berasal dari suatu yang haram memang ada, contohnya seperti babi, alkohol, darah, dan yang lainnya. Hal itu telah dijelaskan dalam Al-

Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 :

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Hai sekalian manusia, makanlah yang Halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Selain thayib dan halal, umat islam juga diperintahkan untuk selalu seimbang dan tidak boleh berlebihan. Hal ini tertera dalam Qur'an surat Taha ayat 81 :

كُلُوْا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيْهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِيْ وَمَنْ يَحِلَّ عَلَيْهِ غَضَبِيْ فَقَدْ هَوَىٰ ﴿٨١﴾

“Makanlah di antara rezeki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Dan barangsiapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, maka sesungguhnya binasalah ia.”

Hal ini sejalan dengan penelitian Kumalasari (2019) menyatakan bahwa hasil analisis hipotesis terdapat hubungan yang positif antara Label Halal dengan Minat Pembelian Halal ialah tidak diterima. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh dengan nilai regresi linier berganda yang menghaikan *thitung* sebesar 1,471 dengan tingkat signifikansi sebesar sebesar 0,146 lebih besar dari 0,05 (0,146 >0,05).

Akan tetapi menurut penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2017) menyatakan bahwa perhitungan signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,771 > 1,98099$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti Label Halal (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli (Y).

Begitu pula dengan penelitian Pandensolang (2015) yang menyatakan nilai $t \text{ hitung}$ ($-2,412$) $< t \text{ tabel}$ ($1,988$) maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan menerima H_0 atau Kualitas Produk berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Sedangkan penelitian menurut Setiawan (2020) menyatakan bahwa semakin bagus kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan Aprilia Bakery akan membuat peningkatan minat beli Aprilia Bakery.

Banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam minat membeli obat halal. akan tetapi peneliti hanya akan meneliti 2 faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam minat membeli obat halal. faktor pengaruh label halal (x_1) dan kualitas produk (x_2) sebagai variable independennya. sedangkan minat beli obat halal sebagai variable dependennya. peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh label halal terhadap minat beli obat halal serta pengaruh kualitas produk terhadap minat beli obat.

Minat beli obat dikalangan mahasiswa/i sendiri sebenarnya cukup tinggi mengingat kesehatan adalah salah satu faktor penting dalam kehidupan. Namun penelitian oleh Kumalasari (2019), menyatakan bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran akan label halal masih minim. Fenomena inilah yang menjadi latar belakang dari penelitian ini.

Mengambil kesimpulan dari uraian panjang di atas, maka muncul permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti, yakni dengan kondisi masyarakat Indonesia yang mayoritas Islam ini apakah ada pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap minat membeli obat berlabel halal pada masyarakat Muslim terutama mahasiswa FEB UHAMKA, maka peneliti menganggap perlu dilakukannya penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH LABEL HALAL, DAN KUALITAS PRODUK OBAT TERHADAP MINAT BELI OBAT PADA MAHASISWA FEB UHAMKA”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka terdapat identifikasi pembahasan masalah sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada Mahasiswa FEB UHAMKA ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada Mahasiswa FEB UHAMKA ?
3. Apakah harga produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada Mahasiswa FEB UHAMKA ?
4. Apakah kemasan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada Mahasiswa FEB UHAMKA ?
5. Apakah promosi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada Mahasiswa FEB UHAMKA ?
6. Apakah *design* kemasan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada Mahasiswa FEB UHAMKA ?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Dalam penelitian ini penulis hanya membahas mengenai label halal, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Obat Pada Mahasiswa FEB UHAMKA.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang, maka yang akan menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Label Halal berpengaruh terhadap Minat Obat Pada Mahasiswa FEB UHAMKA ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Obat Pada Mahasiswa FEB UHAMKA?
3. Apakah Label Halal dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Obat Pada Mahasiswa FEB UHAMKA ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusuan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dengan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah label Halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada mahasiswa FEB UHAMKA
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada mahasiswa FEB UHAMKA
3. Untuk mengetahui apakah label Halal dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli obat pada mahasiswa FEB UHAMKA

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pihak yang berkepentingan antara lain:

1. Bagi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mendapatkan gambaran mengenai beberapa faktor yang diidentifikasi mempengaruhi minat konsumen dalam membeli produk obat serta hubungan antar variable dalam penelitian ini sehingga dapat mengambil keputusan dan menetapkan kebijakan yang tepat dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai tambahan ilmu agar dapat mengetahui akan produk halal dan kehalalan obat beredar, sehingga sebelum membeli suatu produk dapat membedakan mana yang halal dan non halal.

3. Bagi Akademik

Memberikan referensi dan acuan bagi penelitian selanjutnya tentang Pengaruh Label Halal, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Obat Pada Mahasiswa FEB UHAMKA

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Penelitian Terdahulu:

- Alzeer, J., & Abou Hadeed, K. (2020). Halal Certification of Food, Nutraceuticals, and Pharmaceuticals in the Arab World. *Handbook of Healthcare in the Arab World*. Springer, Cham.
- Ambarwati, D. (2018). *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dari Produk Obat Tanpa Label Halal* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER).
- Ashari, (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Dic Jeans. Bandung : Universitas Telkom.
- Atif, M., Saleem, F., Masood, I., Sarrif, A., & Sadeeqa, S. (2013). Knowledge, Attitude and Perception (KAP) Regarding Halal Pharmaceuticals Among General Public in Penang State of Malaysia. *International Journal of Public Health Science*, 2(4), 7166.
- Aziz, N. A., Ramli, N., & Amin, N. (2018). Request for Halal Pharmaceutical Information: Duty of Physician and Pharmacist. In *Proceedings of the 3rd International Halal Conference (INHAC 2016)* (pp. 201-210). Springer, Singapore.
- Desmayonda, A., & Trenggana, A. F. M. (2019). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 180-196.
- Faradiba, F., & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 59-69.
- FARIHAH, O. (2015). *UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK YANG MENCANTUMKAN LABEL HALAL ATAU HARAM (Studi Kasus Konsumen Di Kabupaten Cirebon)* (Doctoral dissertation, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
- Hijriawati, M., Putriana, N. A., & Husni, P. (2018). Upaya Farmasis Dalam Implementasi UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Farmaka*, 16(1), 127-132.
- Kumalasari, R. (2019). *pengaruh harga dan label Halal terhadap minat pembelian produk kosmetik herbal penawar alwahida indonesia (hpai)(studi kasus di pondok pesantren al-barokah ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

- Larasati, A., Hati, S. R. H., & Safira, A. (2018). Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 105-114.
- Lieutenant Colonel Nur Hidayah Abd Rahim, Major Noorizan A. Aziz, Colonel Mohd Adlan Adnan & Brigadier General A Halim Basari. (2018) *Assessment of Knowledge, Attitude and Practice towards Halal Pharmaceuticals among Patients in Tuanku Mizan Armed Forces Hospital*
- Lisani, Nurul. (2018). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Produk-Produk Konsumsi Terhadap Preferensi Konsumsi Pada Mahasiswa Muslim FEB USU
- Moleong, J. Lexi. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, R. (2017). *PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Nugraha, R. (2017). *PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Pandensolang, J. D., & Tawas, H. N. (2015). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- PANGESTU, Sari Dwi; ATMADJA, Ida Bagus Putra(2019). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS BEREDARNYA PRODUK OBAT YANG TIDAK MENCANTUMKAN KETERANGAN HALAL/TIDAK HALAL. **Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum**,
- Praptiolayasa, D., Saroh, S., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Sabun Muka Produk Ponds di Pasar Kemlagi Mojokerto). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(1), 9-16.
- Prayoga, Adistiar. (2019). *Pharmacist Behavior Of Halal Labelization On Pharmaceutical Product*
- Rahman, T. (2017). *Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Suatu Produk di Indonesia (Studi pada Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sulawesi*

- Selatan*) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Rahman, T. (2017). *Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Suatu Produk di Indonesia (Studi pada Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Sandari, W. A., Arsa, A., & Mutia, A. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN NORMA RELIGIUS TERHADAP KEPUTUSAN MENGGONSUMSI PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI* (Doctoral dissertation, Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59-65.
- Shabrina, D. I. (2017). Religiusitas dan Intensi Membeli Obat Berlabel Halal pada Mahasiswa Muslim di Universitas Islam Indonesia.
- Sodiman, S. (2018). Sertifikasi Halal Produk Makanan Sebagai Perlindungan Konsumen Muslim; Studi di Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia Sulawesi Tenggara. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 85-99.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Suhana M., Suhaiza Zailani & Marco Tieman. (2016). *Tapping into the Halal Pharmaceutical Market: Issues and Challenges*
- Syahputra, A., & Hamoraon, H. D. (2014). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam pembelian produk makanan dalam kemasan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2(8), 14806.
- Umar, (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Undang Undang pasal 1 Nomor 33 ayat 10 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal
- Undang Undang pasal 11 nomor 11 tahun 2020 tentang cipta kerja
- Undang Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4 nomor 3 tahun 1999

Undang-Undang Jaminan Produk *Halal* pada tahun 2014

Wijayanti, R. F., Evelina, T. Y., & Budiarti, L. (2017). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK PRIVATE LABEL. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 11(2), 161-166.

Wulandari, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Supermarket Top Bangunan Kediri.

Zulham, S. (2018). *Peran negara dalam perlindungan konsumen muslim terhadap produk Halal*. Kencana.



Sumber Website:

<http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/37940>

<http://www.halalmui.org/mui14/main/detail/halal-is-my-life-hidup-halal-secarakaffah>

<https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/1615.pdf>

<https://www.gomuslim.co.id/read/news/2019/09/27/14932/-p-800-jenis-obatdextra-group-sudah-bersertifikasi-halal-lppom-mui-p-.html>

<https://www.halalmui.org/mui14/main/page/faq-sertifikasi-halal>

<https://www.salaamgateway.com/story/state-of-the-global-islamic-economyreport-201819-islamic-economy-marks-steadygrowth#:~:text=country%20placed%20second.->

[,The%20State%20of%20the%20Global%20Islamic%20Economy%20Report%202018%2F19,US%243%20trillion%20by%202023.&text=More%20companies%20are%20active%20in,sector%20of%20the%20Islamic%20economy.](https://www.salaamgateway.com/story/state-of-the-global-islamic-economyreport-201819-islamic-economy-marks-steadygrowth#:~:text=country%20placed%20second.-)

<https://www.voaislam.com/read/indonesiana/2013/12/21/28260/ini-dia-22-daftarobat-halal-sertifikasi-mui/>

www.Halalmui.org