



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK,
HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOREAN FOOD (STUDI KASUS PADA *K-POP FANS* BEKASI)**

SKRIPSI

Tri Ayuningtiyas

1702055027

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JAKARTA
2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK,
HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOREAN FOOD (STUDI KASUS PADA *K-POP FANS BEKASI*)**

SKRIPSI

Tri Ayuningtiyas

1702055027

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JAKARTA
2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOREAN FOOD (STUDI KASUS *KPOP FANS BEKASI*)”** Merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengetahuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun di rujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 12 Februari 2022

Yang Menyatakan



(Tri Ayuningtiyas)

NIM 1702055027

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH LABELISASI HALAL. KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN KOREAN FOOD (STUDI KASUS KPOP FANS BEKASI)**

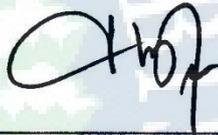
NAMA : Tri Ayuningtiyas

NIM : 1702055027

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM

TAHUN AKADEMIK : 2021/2022

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

Pembimbing I	Zulpahmi, Dr., M.Si.	
Pembimbing II	Sumardi, SE., M.Si.	

Mengetahui,

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



Ummu Salma Al Azizah, M.Sc.Fin

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul

PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOREAN FOOD (STUDI KASUS PADA KPOP FANS BEKASI)

yang disusun oleh
Tri Ayuningtyas
1702055027

Telah diperiksa dan dipertahankan didepan panitia ujian kerjasama strata-satu (S1) Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

Pada Tanggal :

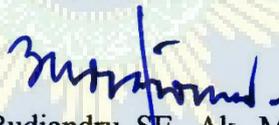
Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota:



(Dr., Ir., H. Yadi Nurhayadi, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota:



(Dr., Budiandru, SE., Ak., ME., Sy.)

Anggota :



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

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. Hamka

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof.
DR. HAMKA



Ummu Salma Al Azizah, M.Sc.Fin



Dr. Zulpahmi, SE, M.Si

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Ayuningtiyas
NIM : 1702055027
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 Noneklusif** (non-exclusive Royalty-Free Right) atas Karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOREAN FOOD (STUDI KASUS KPOP FANS BEKASI)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalih mediakan, 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 sebenar-benarnya.

Dibuat di: Jakarta
Pada Tanggal
Yang Menyatakan



Tri Ayuningtiyas

ABSTRAK

Tri Ayuningtiyas (1702055027)

PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *KOREAN FOOD* (STUDI KASUS *K-POP FANS BEKASI*)

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2021. Jakarta

Kata Kunci: Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga, Iklan, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian *Korean Food* (Studi Kasus Pada *K-Pop Fans* Bekasi).

Variabel yang diteliti adalah “Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga dan Iklan” sebagai variabel bebas dan “Keputusan Pembelian *Korean Food*” sebagai variabel terikat. Data primer yang diperoleh dari kuesioner. Metode pengolahan data yang digunakan peneliti adalah analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan program *SPSS 20*.

Hasil penelitian ini menghasilkan persamaan regresi $Y = 3.107 + 0,151x_1 + 0,405x_2 + 0,195x_3 + 0,108x_4$. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,351 > 1,972$) dan nilai signifikan 0,020. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,246 > 1,972$) dan nilai signifikan 0,000. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,121 > 1,972$) dan nilai signifikan 0,002. Dan variabel iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,042 > 1,972$) dan nilai signifikan 0,043. Adapun pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa labelisasi halal, kualitas produk, harga dan iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($44,290 > 2,417$) dan nilai signifikan 0,000. Pada variabel independen dalam ini menjelaskan variabel dependen dapat dilihat pada nilai Adjusted R-Square sebesar 0,465 yang berarti bahwa variabel Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga, dan Iklan mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian *Korean Food* (Studi Kasus pada *K-pop Fans* Bekasi) sebesar 46,5% sedangkan 53,5% itu dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak bisa dijelaskan oleh peneliti.

Akan tetapi disarankan bagi setiap konsumen muslim yang ingin melakukan pembelian setiap produk harus tetap memperhatikan label halal MUI yang tertera pada kemasan produk. Dan tanggal kadaluwarsa pada setiap produk.

ABSTRACT

Tri Ayuningtiyas (1702055027)

THE EFFECT OF HALAL LABELIZATION, PRODUCT QUALITY, PRICE AND ADVERTISEMENT ON THE PURCHASE DECISION OF KOREAN FOOD (CASE STUDY OF BEKASI K-POP FANS)

Thesis. Strata One Program Islamic Economic Study Program. Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2021. Jakarta.

Keywords: *Halal Labeling, Product Quality, Price, Advertising, Purchase Decision.*

This study aims to determine how the effect of Halal Labeling, Product Quality, Price and Advertising on Korean Food Purchase Decisions (case study on K-pop Fans Bekasi)

The variables studied were “Halal Labeling, Product Quality, Price and Advertising” as the independent variable and “Korean Food Purchase Decision” as the dependent variable. Primary data obtained from questionnaires. The data processing method used by the researcher is multiple linier regression analysis. This study uses the SPSS 20 program.

The results of this study resulted in a regression equation $Y = 3.107 + 0,151x_1 + 0,405x_2 + 0,195x_3 + 0,108x_4$. The results of partial hypothesis testing indicate that halal labeling has a positive effect on purchasing decisions with a value of $t_{count} > t_{table}$ ($2,351 > 1,972$) and a significant value of 0,020. Product quality has a positive effect on purchasing decisions with a value of $t_{count} > t_{table}$ ($7,246 > 1,972$) and a significant value of 0,000. Price has an effect on purchasing decisions with a value of $t_{count} > t_{table}$ ($3,121 > 1,972$) and a significant value of 0,002. And the advertising variable has a positive effect on purchasing decisions with a value of $t_{count} > t_{table}$ ($2,042 > 1,972$) and a significant value of 0,043. The simultaneous hypothesis testing shows that halal labeling, product quality, price and advertising affect purchasing decisions with a value of $F_{count} > F_{table}$ ($44,290 > 2,417$) and a significant value of 0.000. The independent variable in this explains the dependent variable, which can be seen in the Adjusted R-Square value of 0,465, which means that the Halal Labeling, Product Quality, Price, and Advertising variables are able to influence Korean Food Purchase Decisions (Case Study on Bekasi K-pop Fans) of 46 .5% while 53.5% was influenced by other variables that could not be explained by the researcher

However, it is recommended that every Muslim consumer who wants to make a purchase of each product must pay attention to the MUI halal label listed on the product packaging. and expiration date on each product



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad S.A.W yang membawa umat manusia menuju alam pencerahan. Serta orang tua dan keluarga tercinta yang sudah memberikan semangat dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOREAN FOOD (STUDI KASUS KPOP FANS BEKASI)”**

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penulis selama melaksanakan penelitian sampai dengan tersusunnya skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M. Hum selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Zulpahmi, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA serta Dosen Pembimbing I
3. Bapak Sumardi, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA serta Dosen Pembimbing II
4. Bapak M. Nurasyidin, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

5. Bapak Edi Setiawan, SE., M.M. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
6. Bapak Tohirin, SHI., M.Pd.I. Wakil Dekan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
7. Ibu Ummu Salma Al Azizah, S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
8. Seluruh dosen dan segenap staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
9. Kakak saya Dwi Sari Nastiti S.ST yang sudah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
10. Semua sahabat-sahabat yang telah memberikan dorongan motivasi dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
11. Semua teman-teman seangkatan khususnya Ekonomi Islam A yang telah memberikan semangat pada masa perkuliahan.
12. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

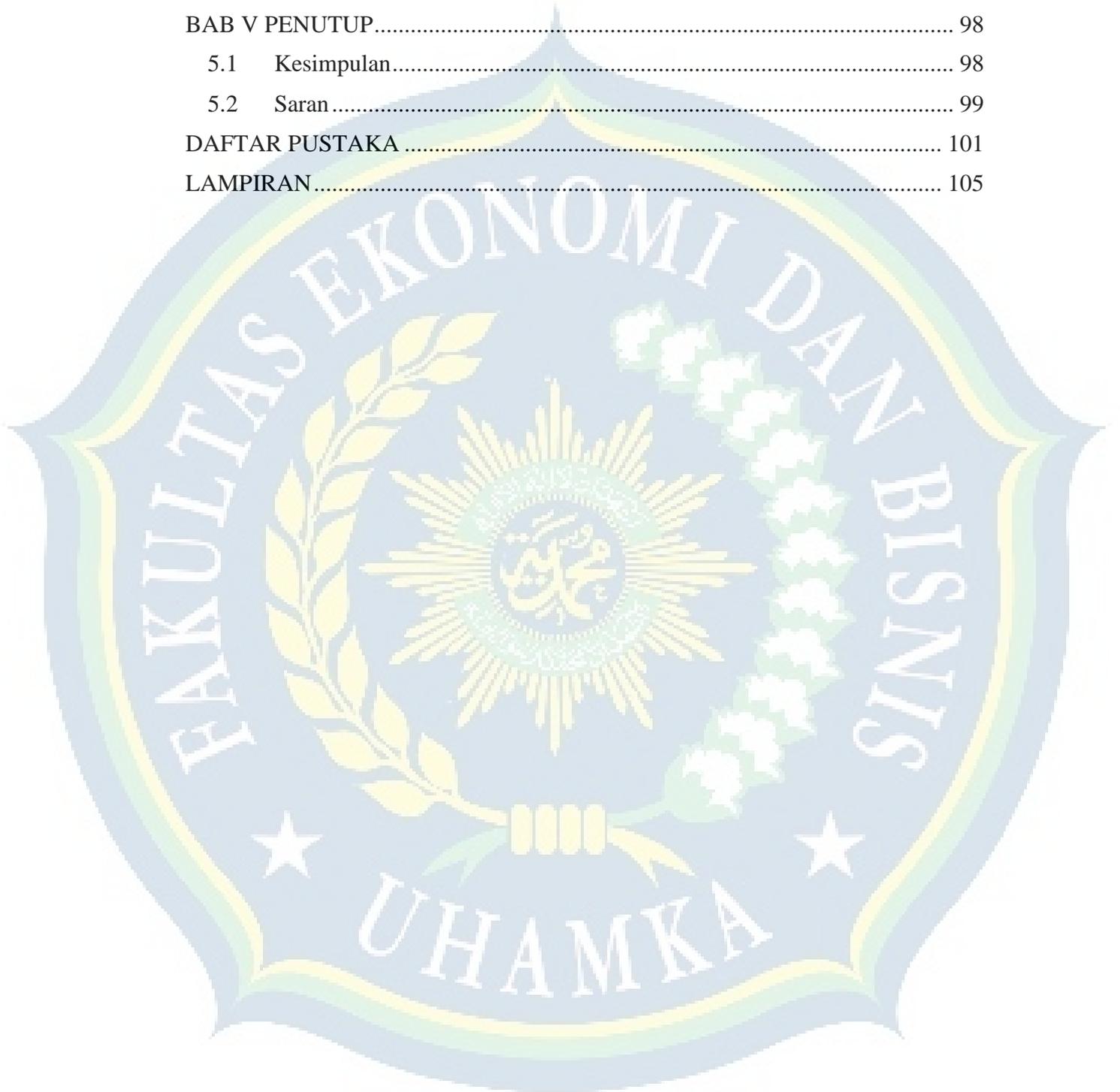
Dalam skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kesalahan kekuarangan tersebut. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi kita semua. Aamiin. Terima Kasih

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Pembatasan Masalah	9
1.2.3 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	12
2.2 Telaah Pustaka.....	35
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	35
2.2.2 Labelisasi Halal	37
2.2.3 Kualitas Produk.....	40
2.2.4 Harga	40
2.2.5 Iklan.....	43
2.3 Kerangka Pikiran Teoritis	45
2.3.1 Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	45
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	46

2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	46
2.3.4 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	47
2.4 Rumusan Hipotesis	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1 Metode Penelitian	50
3.2 Operasional Variabel	50
3.3 Populasi dan Sampel	54
3.3.1 Populasi	54
3.3.2 Sampel	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian	55
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	56
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	57
3.5.1 Uji Kualitas Data	57
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	61
3.5.4 Analisis Koefisien Determinasi dan Adjusted R Square (R ²)	64
3.5.5 Uji Hipotesis	65
3.5.6 Analisis Koefisien Korelasi (R)	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1 Sejarah Singkat K-POP FANS	69
4.1.2 Sejarah Singkat Korean Food	69
4.1.3 Karakteristik Responden Keputusan Pembelian Korean Food	70
4.2 Hasil Pengolahan Data	73
4.2.1 Uji Kualitas Data	73
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	80
4.2.4 Analisis Koefisien Determinasi dan Adjusted R Square (R ²)	85
4.2.5 Uji Hipotesis	86
4.2.6 Analisis Koefisien Korelasi	91
4.3 Pembahasan Umum	95

4.3.1 Secara Parsial.....	95
4.3.2 Secara Simultan	96
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Laporan Pasar Segmentasi Pangan Olahan	2
Tabel 2	Ringkasan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3	Operasional Variabel Penelitian	51
Tabel 4	Alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert.....	57
Tabel 5	Kaidah Keputusan Durbin Watson	63
Tabel 6	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	68
Tabel 7	Hasil Uji Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 8	Hasil Uji Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 9	Hasil Uji Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 10	Uji Validitas Labelisasi Halal.....	73
Tabel 11	Uji Validitas Kualitas Produk.....	74
Tabel 12	Uji Validitas Harga	74
Tabel 13	Uji Validitas Iklan.....	75
Tabel 14	Uji Validitas Keputusan Pembelian	76
Tabel 15	Hasil Uji Reliabel.....	77
Tabel 16	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	77
Tabel 17	Hasil Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 18	Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 19	Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 20	Uji Durbin Watson	85
Tabel 21	Hasil Uji t (Secara Parsial).....	87
Tabel 22	Hasil Uji F (Secara Simultan)	90
Tabel 23	Hasil Analisis Koefisien Korelasi Parsial antara Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian	92
Tabel 24	Hasil Analisis Koefisien Korelasi Parsial antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	92
Tabel 25	Hasil Analisis Koefisien Korelasi Parsial antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian	93
Tabel 26	Analisis Koefisien Korelasi Parsial antara Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	93
Tabel 27	Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kemasan pada tteokbokki atau tokpoki	3
Gambar 2 Kerangka Pikiran Teoritis	47
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas	81
Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN.....	1/46
LAMPIRAN 3 HASIL JAWABAN RESPONDEN.....	6/46
LAMPIRAN 4 HASIL PENELITIAN.....	31/46
LAMPIRAN 5 SURAT TUGAS	43/46
LAMPIRAN 6 CATATAN KONSULTASI SKRIPSI.....	44/46
LAMPIRAN 7 DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	46/46



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kalangan industri pada lingkungan usaha makanan dan minuman yang masih menjadi salah satu andalan bagi pertumbuhan manufaktur dan ekonomi Nasional. Dalam strategis sektor ini dapat dilihat bahwa signifikan dan konsisten terhadap produk domestik bruto (PDB) peningkatan realisasi investasi yang disertai industri non-migas. Usaha dari makanan olahan merupakan bentuk dari salah satu usaha yang bertahan di dalam kehidupan masyarakat yang membutuhkan bahan makanan dan minuman untuk bertahan hidup. Di zaman ini banyak sekali makan yang guna untuk mempermudah masyarakat. Contohnya makanan instan, makanan beku (*frozen food*) menjadi suatu kebutuhan yang suka digemari. Apalagi dengan perkembangan zaman saat ini kita dapat mengetahui apa saja makanan yang sedang populer.

Negara yang sudah berhasil memperkenalkan ciri khasnya ke dunia internasional yaitu Korea. Setelah peperangan dunia ke II pada tahun 1945 membuat Negara Korea terbagi menjadi dua yaitu Korea Selatan dan Korea Utara. Dan sampai saat ini Korea Selatan lebih berkembang dan demokratis sangat berbeda dengan Korea Utara Nyoman, (2011).

Sampai saat ini Korea Selatan terus berkembang hingga terkenal dengan tren *Korean Wave* atau *Hallyu Wave* trend ini menjadi salah satu penyebaran populasi musik Korea atau bisa disebut *K-Pop*, dan *K-Drama*. Musik dan Drama Korea di-kalangan masyarakat Indonesia khususnya remaja sangat disukai.

Budaya pop Korea yang tersebar ke Indonesia yang diawali setelah Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang pada tahun 2002. Dimana moment ini menjadi salah satu terselenggaranya televisi di Indonesia yang mempromosikan drama seri Korea Selatan atau biasa disebut *K-Drama*. K-Drama yang ditayangkan terdapat 50 judul sejak tahun 2011 di televisi swasta Indonesia setiap tahunnya (Mahendriana, 2018).

Tabel 1
Laporan Pasar Segmentasi Pangan Olahan

Keterangan	2021
Ekspor Makanan Olahan	US\$34,93
Ekspor Tteokbokki	56,7%

Sumber: *Korea Agro-Fisheries and Food Trade Corporation*

Menurut Laporan Pasar Segmentasi Pangan Olahan 2021 yang diterbitkan oleh *Korea Agro-Fisheries and Food Trade Corporation*, Kementerian Pertanian pangan dan urusan pedesaan Korea Selatan dengan mengekspor makanan berjumlah US\$34,93 juta atau sekitar 514,120 miliar rupiah. dan dari jenis makanan korea yang paling mengalami peningkatan yaitu *tteokbokki* atau topokki yang meningkat 56,7% di tahun 2021. Seiring dengan peningkatan pada ekspor *tteokbokki* atau topokki jumlah ekspor pasta cabai merah Korea juga meningkat sekitar US\$50,932 juta atau sekitar 728,933 miliar rupiah, meningkat 35,2% disbanding tahun 2019 lalu.

Korea Selatan dengan Indonesia sudah melakukan hubungan ikatan yang baik dalam beragam bidang. Khususnya di bidang ekonomi. Menjalin ikatan tersebut membuat keberhasilan dalam promosi budaya *K-Pop* dan *K-Drama* di Indonesia. Yang selalu menarik perhatian pada drama dan program acara yang di

syiarkan terdapat makanan khas Korea Selatan yaitu salah satunya *tteokbokki* atau topokki yang selalu menampilkan makanan khas Korea yang begitu tampak lezat, meskipun harga dari makanan khas Korea terlihat mahal namun memiliki ketertarikan tersendiri bagi para *Kpop Fans* dalam melakukan keputusan pembelian. Keadaan tersebut membuat *Kpop Fans* penasaran dan ingin mencoba makanan khas Korea tersebut. *Tteokbokki* makanan khas korea yang pada umumnya di Indonesia disebut topokki merupakan makanan yang terkenal dikalangan remaja Indonesia khususnya *KPop Fans* Bekasi



Gambar 1 Kemasan pada tteokbokki atau tokpoki

Salah satu makanan khas Korea yang biasa disebut *tteokboki* atau topokki yang bahan dasar tepung kentan, hingga biasa disebut juga tepung beras yang jika diolah bertekstur kenyal. Memiliki rasa yang sedikit hambar namun lezat dengan disajikan saus pedas. Terdapat pada makanan ini air yang memiliki kadar tinggi dan *water activity* (aw) yaitu kue beras. Dengan kandungan lebih dari 0,85 yang dapat menyebabkan kontaminasi pada bakteri aerob yaitu bakteri yang dapat hidup didalam lingkungan yang memiliki oksigen atau bisa disebut bakteri yang memerlukan oksigen bebas. Jamur, coliform, *Escherichia coli*, *staphylococcus aureus*, *bacillus hazardous foods* (PHF) atau makanan yang tidak di kontrol kualitasnya oleh produsen perusahaan itu dapat menyebabkan bahaya. Kue beras

dan etanol yang digunakan perusahaan produsen hanya untuk mencegah perkembangan pada mikroba.

Dengan cara disemprot etanol pada kue beras yang sudah direbus dan sudah dibentuk. Larutan pada etanol dicampurkan dengan air pada kadar 0,5% hanya sebagai bahan tambahan agar dapat mengawetkan kue beras agar dapat terhindar dari mikroba kontaminan, yang dilanjutkan dengan pengeringan pada kue beras tersebut dengan keadaan yang tidak basah. Etanol yang dipergunakan untuk proses produksi halal yang bersumber pada etanol dengan hasil yang telah di *fermentasiin* pada khamr yang dapat diproduksi secara campuran.

Produk pada minuman ataupun makanan yang memiliki kandungan berisi campuran etanol semata-mata terbuat dari *khamr* yang tidak dapat diperoleh dalam produk halal karna mengandung sifat haram yang tertera pada Fatwa MUI No.10 Tahun 2018. Namun jika produk itu sudah memiliki sertifikat kehalalan dari MUI berarti sudah dipastikan bahwa subur etanol pada produk tersebut bukan berasal dari *khamr*. Begitupun titik kritis yang terdapat dalam *tteokbokki instan*, sebagai konsumen harus dapat memperhatikan setiap kehalalan pada kemasan produk makanan, seperti label makanan pada *tteokbokki instan* yang sudah beredar luas dipasaran. Jika tercantum alkohol pada tulisan yang dicantumkan dalam daftar suatu bahan itu bagian dari etanol yang memiliki fungsi bahwa alkohol tersebut sebagai bahan penolong yang digunakan untuk proses.

Peraturan BPOM tersebut berdasarkan Pasal 31 Tahun 2018 mengenai Pelabelan makanan jadi. Aturan ini mencantumkan bahan- bahan pada tabel dan

label, termasuk bahan mentah dan bahan tambahan makanan, pada proses pembuatannya. Oleh karena itu BPOM No. 31 Tahun 2018, ditetapkan bahwa bahan makanan jadi yang mengandung alkohol harus mengandung alkohol yang sesuai digunakan. Pastikan kandungan etanol tertera pada daftar bahan label tidak meninggalkan kotoran atau ampas pada barang tersebut. Konsumen tetap dapat mengamati kandungan etanol yang dibutuhkan bahan lain.

Bahan lain yang digunakan seperti *Glycerin fatty acid ester* dalam pembuatan pada kue beras. *Glycerin fatty acid ester* dihasilkan dari gliserol dan asam lemak alami, yang dapat bersumber baik hewani ataupun nabati. Adapun saus yang akan digunakan dalam *Tteokbokki* instan adalah saus yang bahan dasarnya adalah *gocujang*, yaitu cabai yang difermentasi dengan penambahan bahan tambahan lainnya seperti MSG dan *seasoning*. Yang bahan tersebut juga memiliki titik kritis pada tingkat kehalalan tersebut. Maka dari menurut wakil direktur LPPOM MUI diingatkan kembali agar selalu memperhatikan logo halal pada setiap produk yang akan di konsumsi.

Karena mayoritas penduduk Indonesia beragama islam, maka perusahaan besar bisa dikatakan salah satunya, dadan target pasarnya adalah komunitas muslim. Karena mayoritas penduduknya beragama islam, para pengusaha terpaksa bereksperimen memproduksi produk dengan label halal. Halalisme yang melekat dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah diterapkan sejak awal ketika pembeli atau pembeli muslim membeli atau mengkonsumsi produk. Makanan halal adalah tentang komposisi dan pengerjaan. Sesuai dengan bagaimana syariat islam E.

Nendah Mardiah, (2021:12). Allah menegaskan didalam Al Qur'an surat An Nahl ayat 114. Yang berarti:

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepadaNya.” (QS. An Nahl: 114)

Hadist dari Abu Hurairah, Nabi shallallahu'alaihi wa sallam bersabda,

“Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Allah itu thoyyib (baik). Allah tidak akan menerima sesuatu melainkan dari yang thoyyib (baik). Dan sesungguhnya Allah telah memerintahkan kepada orang-orang mukmin seperti yang diperintahkan-Nya kepada para Rasul. Firman Nya:

Wahai para Rasul. Makanlah makanan yang baik-baik (halal) dan kerjakanlah amal shalih. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. Dan Allah juga berfirman: “Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah rezeki yang baik-baik yang telah kami rezekikan kepadamu.” Kemudian Nabi shallallahu'alaihi wa sallam menceritakan tentang seorang laki-laki yang telah menempuh perjalanan jauh, sehingga rambutnya kusut, masai, dan berdebu. Orang itu mengangkat tangannya ke langit seraya berdo'a: “Wahai Tuhanku, Wahai Tuhanku.” Padahal, makanannya dari barang yang haram, minumannya dari yang haram, pakaiannya dari yang haram dan diberi makan dari yang haram, maka bagaimanakah Allah akan memperkenakan do'anya?”

Lembaga yang ahli dalam menjamin kehalalan disetiap produk adalah Majelis Ulama Indonesia. Majelis Ulama dalam kerjanya dibantu oleh LPPOM-MUI, lembaga ini merupakan lembaga sertifikasi Halal dan Terpercaya di

Indonesia yang memperlihatkan keberadaannya sebagai lembaga sertifikat halal yang terpercaya baik didalam negeri maupun diluar negeri Habibah, (2020).

LPPOM-MUI memiliki fungsi yang salah satunya yaitu melaksanakan tugas dalam memberikan bukti sertifikat halal yang sudah diperiksa kehalalannya, sejak 1996 tahun yang ditanda-tangani pada notaris yang memiliki kerjasama dengan Departemen Agama, Departemen Kesehatan dan Majelis Ulama Indonesia. Sistem sertifikat dan sistem kehalalan jaminan yang disusun serta diterapkan oleh LPPOM-MUI yang sudah diakui bahkan juga diangkat oleh lembaga sertifikasi halal luar negeri, yang sampai saat ini sudah tercapai 45 lembaga dari 26 negara.

Lembaga ini yang berwenang memberikan sertifikat kehalalan di Indonesia dengan melewati uji sertifikat produk yang dilakukan oleh LPPOM-MUI tidak sembarang produk yang dapat mencantumkan label halal yang akan dikeluarkan oleh lembaga pendamping dari Majelis Ulama Indonesia. Bukan hanya produk yang sudah bersertifikat akan tetapi produk yang akan dikeluarkan kehalalannya oleh setiap perusahaan atau produsen. Salah satu hal mengenai label halal yang ada pada pembeli adalah dalam membeli suatu produk yaitu harga. Harga merupakan hal yang menjadi pertimbangan pada pembeli dalam membeli produk. Jika pembeli merasa suka dalam hal rasa dan harga yang sudah di tentukan, dapat dilakukan pembelian ulang oleh pembeli pada barang tersebut

Label halal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui niat beli. Dan keberadaan labelisasi halal pada

produk makanan memberikan nilai positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen Fadlullah et al., (2021), Edi Wibowo & Diah Madusari, (2018).

Kualitas produk merupakan bagian yang berarti pada penjualan, dimana penjual harus memberikan kualitas produk yang baik. Sehingga konsumen dapat mengonsumsi produk dengan layak. Dari pengertian diatas dapat kita simpulkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu bagian yang terpenting dari suatu produk, agar produk tersebut dapat diterima baik oleh konsumen dengan rasa yang lezat dan bentuk yang menarik.

Kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Ulfa et al., (2019) dan Widha P, (2016).

Harga merupakan sejumlah nilai tukar konsumen yang manfaat memilikinya dalam menggunakan produk tersebut. Rencana dalam penentuan harga dapat di signifikan dalam pemberian waktu yang di tentukan kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan pembelian didalam suatu produk. Harga menunjukan bahwa mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mapaung et al., (2021), Mahendriana, (2018)

Iklan itu sendiri merupakan bagian yang penting karena Agar produk semakin dikenal dan dapat dikonsumsi oleh konsumen dengan baik. Iklan dapat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan keputusan Sari & Hartini, (2020), Nashir, (2018) dan Darmawan, (2020).

Berdasarkan dari latar belakang diatas, Dapat dilihat pada variabel bebas tersebut merupakan variabel yang cukup kuat berpengaruh dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh sebab itu peneliti ingin memastikan apakah benar bahwa variabel bebas tersebut dapat berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Pada hal ini peneliti tertarik dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food (Studi Kasus K-Pop Fans Bekasi)”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan diatas maka dapat dilakukan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagi pembeli muslim makanan ataupun minuman pada suatu produk halal menjadi suatu kewajiban
2. Terdapat adanya Pasar Bebas Asean (MEA) membuat banyak produk yang beredar bebas di Indonesia
3. Terutama bagi pembeli muslim dikalangan *K-Pop Fans* Bekasi yang memiliki faktor dalam memutuskan pembelian tteokbokki atau tokopi yaitu berdasarkan label halal, kualitas produk, harga dan iklan.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, peneliti hanya membahas sesuatu yang dapat berpengaruh dalam keputusan pembelian makanan *Korean food* dalam labelisasi halal, kualitas produk, harga dan iklan.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah yang akan di teliti sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian *Korean food*?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Korean food*?
3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Korean food*?
4. Apakah terdapat pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian *Korean food*?
5. Apakah terdapat pengaruh labelisasi halal, kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian *Korean food*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah adapun tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Agar dapat mengetahui apakah labelisasi halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian *korean food*.
2. Untuk memastikan apakah kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian *korean food*.
3. Untuk menganalisa apakah harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian *korean food*.
4. Untuk memastikan apakah iklan dapat mempengaruhi pembelian *korean food*.
5. Untuk membuktikan apakah labelisasi halal, kualitas produk, harga, dan iklan dapat mempengaruhi pembelian *korean food*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan mengetahui solusi dalam permasalahan ini, dapat diketahui bahwa adanya manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Akademik: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan terutama berkaitan dengan labelisasi halal, kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian *Korean food*.
2. Manfaat Bagi Mahasiswa: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan untuk mahasiswa agar dapat mengerti tentang bagaimana labelisasi halal, kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian *Korean food* sehingga mahasiswa dapat mengetahui variabel-variabel tersebut.
3. Manfaat praktis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai labelisasi halal, kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian *Korean food*. Sehingga dapat menjadi sumber dan informasi untuk memungkinkan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Jacob, A., Joyee Lopian, S. L. H. V, & Yunita, M. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.20026>
- Aditia, A. (2019). Pengaruh Self Esteem dan Kemandirian Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Psikologi Perkembangan, October 2013*, 1–224.
- Ahidin, U., Juhaedi, Kasmad, & Nurfianti, N. (2019). Analysis of Decisions for Purchasing Imported Products in Mie Samyang through Halal Labels and Prices (Empirical Study in Indomaret Customers in the City of Bogor). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(10), 647–655.
- Ariyanti, F., Budi, H. I. S., & Wahab, A. (2021). *the Effect of Understanding Halal Labels on Purchasing Decisions for Food and Beverage Products on Islamic Study Faculty ' S Students of Uniska Mab.*
- Busrah. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4(2), 1–16.
- Darmawan, R. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Pembelian Produk Mie Sedap Korean Spicy Chicken Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Dialiwi, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restaurant “X.” *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2, 30. <https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.414>
- Edi Wibowo, D., & Diah Madusari, B. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 73. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>
- Fadlullah, A. K., Soetjipto, B. E., & Rahayu, W. P. (2021). *the Effect of Halal Label , Halal Awareness , Food Ingredients , Advertising and Purchase Interest on the Decision To Buy “ Samyang Noodles ” (Study on Universities Students in Malang City).* 24(2), 107–113.

- Habibah, A. (2020). Analisis Labelisasi Halal, Harga dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie. *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 6(1), 59–84.
- Hilgers, R.-D., Heussen, N., & Stanzel, S. (2019). *Statistik, deskriptive* (Issue 1). https://doi.org/10.1007/978-3-662-48986-4_2900
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken*. 4(01), 103–113. <https://doi.org/10.29040/jie.v4i01.822>
- Janah, M. (2015). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Mi Samyang*. 1–12.
- Lubis, F. (2017). pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian mie samyang pada masyarakat kota Palembang. *Skripsi*, 4, 9–15.
- Mahendriana, B. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Korea Food*. *Marketing Mix*.
- Mapaung, F. K., S, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64.
- Muhajirin. (2019). *Iklan Dalam Perspektif Filsafat Hukum Islam Dan Peraturan Perundangan-Undangan Di Indonesia : Studi Analisis Terhadap Konsep Iklan dalam Tinjauan Teori Maqâshid Al- Syari'ah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Sekolah Tinggi*.
- Muhammad, A. A. (2018). *Pengaruh Lebelisasi Halal, Harga, Promosi, dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang di UIN Jakarta*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41333/1/ASYARIE MUHAMMAD-FEB.pdf>
- Nashir, M. B. (2018). *Pengaruh Label Halal dan Promosi Produk Halal Food Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya*. 1–90.
- Nugraha, W. S., Chen, D., & Yang, S.-H. (2022). The effect of a Halal label and label size on purchasing intent for non-Muslim consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65(December 2021), 102873. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102873>

- Nugroho, A. P., Atmaja, F. F., Ghilma, I. I., Andriansyah, Y., & Achiria, S. (2021). The Impact of Halal Label and Social Support on Purchasing Behavior of Imported Instant Noodles. *Proceedings of the 2nd Southeast Asian Academic Forum on Sustainable Development (SEA-AFSID 2018)*, 168, 289–291. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210305.052>
- Nyoman, L. (2011). 'Gurita' Budaya Populer Korea Di Indonesia. *Artikel Bulan Oktober (2011)*. <http://repo.isi-dps.ac.id/1187/>
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti. (2001). *pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen*. 45(6), 16.
- Sari, D. R., & Hartini, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea). *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31–42.
- Sejati, B. S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* ISSN : 2461-0593, 5(3), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/567/576>
- Selvianti, fanika, Ibdalsyah, & Hakiem, H. (2020). Pengaruh Religiusitas, Label Halal, dan Alasan Kesehatan terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 183–197. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.515>
- Sentoso, F. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salads Di Pakuwon Mall Surabaya Fajar. *Agora*, 7(2).
- Suharsimi, A. (2013). Metodologi penelitian. *Bumi Aksara*, 62.
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). *Ekobis : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)*.
- Tiara, R. M. M. (2016). Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Perlebngkapan Baby Shop PT. Putera Raja Sejahtera Medan. *Skripsi*.
- Ulfa, N., Ningrom Ulfa, Leonardo Budi H, SE., M. ., & TiaraNove Ria, S.Pd., M, P. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada DTA Jilbab Pringapus*. 5(7), 21–36.

Widha P, C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3), 1–11.

Wijaya, Ni Putu Nurwita Pratami, Sudrajat Ricky Kurniawan, T., Klara, Rizal, Mulyana, Nusantara, & Wahid, M. (2021). *The Effect of Advertising and Price on Purchase Decision to Popular Milk Coffee Products in the Pandemic Era in Bandung*. 58, 303–310.

Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Regresi Linier Berganda*, 18.

