

## Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

### Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee Masyarakat Kota Binjai

M Haqqi An Nazili Lubis<sup>1\*</sup>, Ahmad Kholil<sup>2</sup>, Anriza Witi Nasution<sup>3</sup>

Politeknik Negeri Medan<sup>1</sup>, Politeknik Negeri Medan<sup>2</sup>, Politeknik Negeri Medan<sup>3</sup>

Main Author's E-Mail Address / \*Correspondent Author: [muhammadhaqqi@students.polmed.ac.id](mailto:muhammadhaqqi@students.polmed.ac.id)

#### Abstract

*This research aims to determine the effect of halal labeling, product quality and price on purchasing decisions for J.CO Donuts & Coffee in Binjai City on the Binjai City Community. The dependent variable in this research is purchasing decisions, while the independent variables are halal labeling, product quality and price. The sample used was 100 people. Data sources obtained through distributing questionnaires were assessed using a Likert scale to J.CO Donuts & Coffee consumers using Probability Sampling techniques using Simple Random Sampling techniques. The data analysis technique uses a partial test (t test), simultaneous test (F test) and determination test with a significance level of 5 percent ( $\alpha = 0.05$ ) which is processed with the help of SPSS 25 software. The results of this study show that the halal labeling variable is not has a significant influence on purchasing decisions for J.CO Donuts & Coffee. Meanwhile, product quality variables and price variables have a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, the variables of halal labeling, product quality and price have a significant effect on purchasing decisions.*

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

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai pada Masyarakat Kota Binjai. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian, sedangkan variabel independen adalah labelisasi halal, kualitas produk dan harga. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Sumber data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dinilai dengan skala likert kepada konsumen J.CO Donuts & Coffee dengan teknik *Probability Sampling* menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan uji determinasi dengan tingkat signifikansi sebesar 5 persen ( $\alpha = 0,05$ ) yang diolah dengan bantuan software SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee. Sedangkan variabel kualitas produk dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, variabel labelisasi halal, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

#### INTRODUCTION

Persaingan pada sektor dunia bisnis semakin beragam. Salah satunya industri makanan dan minuman. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2022, pertumbuhan industri makanan dan minuman pada bulan Juli hingga September 2022 mencapai

## Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

3,57% lebih tinggi dari periode yang sama tahun lalu yang tercatat sebesar 3,49%. Bahkan dari segi ekspor produk makanan dan minuman di Indonesia pada bulan Januari hingga September 2022 mencapai 36 miliar dolar AS sedangkan impor produk makanan dan minuman sebesar 12,77 miliar dolar AS (Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, 2022).

Salah satu jenis makanan dan minuman adalah makanan dan minuman dari restoran cepat saji. Beragam makanan dan minuman cepat saji hadir di Indonesia. Mulai dari makanan dan minuman cepat saji yang berasal dari dalam negeri hingga luar negeri seperti KFC, McDonald's, Pizza Hut, J.CO, Burger King, Starbucks dan lain-lain (Databoks.katadata.co.id, 2021).

Salah satu merek dengan predikat makanan cepat saji terbaik di Indonesia pada tahun 2021 adalah J.CO dengan nilai sebesar 17,5 poin menduduki urutan ke-4. J.CO Donuts & Coffee adalah perusahaan kuliner yang bergerak di bidang camilan dengan mengkhususkan diri pada penjualan donat, frozen yogurt dan minuman kopi. Perusahaan ini didirikan sekaligus dimiliki oleh salah seorang pengusaha salon asli Indonesia yaitu Johnny Andrean Group pada tahun 2005 (Databoks.katadata.co.id, 2021). Pada tahun 2023 J.CO Donuts & Coffee menduduki top 1 pada Top Brand Award di Indonesia fase kedua klasifikasi toko donat. J.CO Donuts & Coffee mendapatkan angka 52,40% dari keseluruhan toko donat yang ada di Indonesia (Top Brand Award, 2023).

Perkembangan J.CO Donuts & Coffee ini juga diawali dari kebiasaan Johnny yang sering melakukan perjalanan bisnis ke Amerika Serikat. Kala itu Johnny gemar mencicipi berbagai donat khas Amerika. Dari kegemarannya tersebut, Johnny mulai terinspirasi untuk memulai bisnis donat khas Amerika. Dari ide bisnis donat tersebut, awalnya Johnny berniat untuk menjalin kerjasama dengan waralaba donat asli Amerika. Namun ternyata harapan tersebut tidak jadi diwujudkan karena adanya keterbatasan seputar varian produk dan proses pemantauan kualitas. Akhirnya Johnny Andrean memutuskan untuk memulai bisnis donatnya secara independen (Maxmanroe.com, 2014)

Gerai pertama J.CO Donuts & Coffee diresmikan pada tanggal 26 Juni 2005 di kawasan Supermal Karawaci, Tangerang. J.CO Donuts & Coffee sukses merebut pangsa pasar di Indonesia dan manca negara. Tercatat tidak kurang 275 gerai J.CO Donuts & Coffee telah tersebar di sebagian besar kota besar di Indonesia dan diluar negeri antara lain di Philippina sebanyak 44 gerai, Malaysia 17 gerai, Singapura 4 gerai, dan Hongkong 2 gerai. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwasanya konsumen telah memutuskan untuk membeli produk dari J.CO Donuts & Coffee (Kedutaan Besar Republik Indonesia, 2018).

Di Kota Binjai J.CO Donuts & Coffee telah dibuka gerai pada tanggal 31 Oktober 2022 yang berada di Jl. Soekarno Hatta No. 41, Timbang Langkat, Sumatera Utara, saat itu situasi ramai dan banyak pembelinya. Hal ini membuktikan telah terjadi keputusan pembelian pada J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Pada saat ini J.CO Donuts & Coffee Kota Binjai menjadi satu satunya donat premium yang ada di Kota Binjai. Hal ini dikarenakan donat premium milik Dunkin Donut sudah tidak beroperasi lagi. Para pembeli yang menginginkan donat premium pun kini beralih ke donat JCO Donuts & Coffee. Sejalan dengan itu keadaan J.CO Donuts & Coffee Kota Binjai pada saat ini stabil dan berjalan konsisten. Kehadiran J.CO Donuts & Coffee mampu membuat para konsumennya untuk terus membeli donat tersebut.

Indonesia merupakan negara dengan konsumen makanan dan minuman halal terbesar di dunia pada tahun 2020 mengalahkan Bangladesh, Mesir, Pakistan dan Nigeria (Databoks.katadata.co.id, 2022). Berdasarkan data dari DataIndonesia.id bersumber dari Kementrian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia sebanyak 277,75 juta jiwa hingga akhir tahun 2022. Berdasarkan agamanya, 241,7 juta penduduk Indonesia memeluk Islam hingga

## Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

akhir tahun lalu. Jumlah itu setara dengan 87,02% dari populasi dalam negeri. Indonesia yang merupakan negara dengan mayoritas penduduk memeluk agama Islam mengatur tentang Jaminan Produk Halal pada Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014. Dalam UU yang terdiri atas 68 pasal itu ditegaskan, bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk itu, Pemerintah bertanggung jawab dalam menyalenggarakan Jaminan Produk Halal (JPH). Menurut UU ini, Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal wajib mencantumkan Label Halal pada kemasan produk, bagian tertentu dari Produk dan/atau tempat tertentu pada produk (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2014).

Namun, kenyataannya sertifikat halal J.CO Donuts & Coffee telah kadaluarsa pada tahun 2018 lalu. Sehingga sejak tahun 2018 sampai 2022 J.CO Donuts & Coffee belum terdaftar dan belum memiliki sertifikat halal MUI atau BPJPH. Hal ini jelas menjadi masalah dikarenakan banyaknya masyarakat muslim yang telah menjadi pelanggan J.CO Donuts & Coffee (Inilahbandung.com, 2023).

Pada tanggal 19 Mei 2023, @jcoindonesia yang merupakan akun instagram resmi dari J.CO Donuts & Coffee mengupload video reels pada laman instagramnya menyatakan bahwa J.CO Donuts & Coffee sudah bersertifikasi halal dengan nomor sertifikat halal yaitu ID00410001991420323. Namun, dalam kemasan J.CO Donuts & Coffee belum mencantumkan label halal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada faktor selain labelisasi halal yang menjadi faktor seseorang dalam melakukan keputusan pembelian yaitu kualitas produk.

Johnny sebagai pengusaha yang mendirikan J.CO Donuts & Coffee dalam memilih mesin-mesin pembuat donat mengimpor dari mancanegara dan begitu pula dengan lebih dari 50% bahan baku donat. Johnny memilih untuk mengimpor bahan baku tersebut dari negara-negara penghasil komoditi terbaik demi menjaga kualitas bisnis donatnya. Misalnya saja coklat yang diimpor langsung dari Belgia dan susu yang diimpor dari Selandia Baru. Sementara untuk urusan bubuk kopi juga diimpor dari Costa Rica sebagai salah satu penghasil kopi terbaik di dunia (Maxmanroe.com, 2014).

Tetapi pada tahun 2017, J.CO Donuts & Coffee sempat mendapatkan isu mengandung minyak babi dan haram dimakan umat muslim. Faktanya isu tersebut merupakan hoaks dan telah dibantah oleh J.CO Donuts & Coffee melalui akun resmi instagram dan twitter berisikan pemberitahuan yang menegaskan bahwa seluruh produk J.CO Donuts & Coffee yang ada di Indonesia bersertifikat halal karena selalu mengharuskan seluruh supplier untuk memiliki sertifikat halal (KOMINFO, 2019).

Fenomena juga terjadi mengenai kualitas produk J.CO Donuts & Coffee pada tahun 2022. Salah satu pelanggan membuat video yang memperlihatkan penemuan pecahan kaca di donat milik J.CO Donuts & Coffee. Dalam video berdurasi 12 detik tersebut, terlihat seorang wanita terkejut dengan ditemukannya pecahan kaca di sebuah donat yang dibelinya dari gerai JCO. Pecahan kaca tersebut bahkan sudah tersamarkan dengan topping oreo. Pembeli merasa kecewa karena jika kaca tersebut termakan akan sangat berbahaya. Mengatasi masalah tersebut pihak J.CO Donuts & Coffee memberikan permintaan maaf terkait kelalaian tersebut. Sebagai bentuk permintaan maaf, pihak J.CO Donuts & Coffee menawarkan pemberian diskon dan 1 minuman gratis untuk pembeli tersebut (Tvonenews.com, 2022). Sehingga hal ini membuktikan adanya faktor selain kualitas produk yaitu harga.

Daftar harga J.CO Donuts & Coffee yang mampu bersaing dikelasnya dan berhasil masuk sebagai salah satu merek dengan predikat makanan cepat saji terbaik di Indonesia pada tahun 2021 (Databoks.katadata.co.id, 2021). J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai dalam menjual

## Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

produknya juga memberikan promo harga. J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai memberikan promo harga saat pembukaan atau peresmian pada cabang tersebut.

Melalui pra penelitian yang telah dilakukan kepada 15 responden masyarakat kota Binjai yang telah membeli J.CO Donuts & Coffee Kota Binjai menunjukkan bahwa 12 dari 15 responden tidak mengetahui bahwa J.CO Donuts & Coffee pada tahun 2018 tidak memperpanjang sertifikasi halalnya, 12 dari 15 respon juga tidak mengetahui bahwasanya J.CO Donuts & Coffee baru memperpanjang sertifikasi halal pada bulan Mei tahun 2023, 6 dari 15 responden menyatakan bahwa harga J.CO Donuts & Coffee tergolong mahal dan 9 dari 15 responden menyatakan sebaliknya.

### LITERATURE REVIEW

#### Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah pembeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2022). Menurut Muhammad Muflih dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat akhirat (Alfian & Marpaung, 2017). Adapun indikator – indikator keputusan pembelian adalah pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian.

#### Labelisasi Halal

Halal berasal dari Bahasa Arab yang berarti boleh. Halal adalah segala sesuatu yang boleh dikerjakan atau digunakan dengan pengertian bahwa orang yang melakukan tidak mendapat sanksi dari Allah SWT (Nurlaela dkk., 2021). Adapun indikator labelisasi halal adalah gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, dan Menempel pada kemasan.

#### Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa didefinisikan sebagai “bebas dari kerusakan”. Tapi sebagian besar perusahaan yang berpusat pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi sempit ini. Justru, mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2022). Indikator Kualitas Produk adalah bentuk, fitur, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, dan penyesuaian.

#### Harga

Harga adalah nilai nominal dari suatu barang atau jasa yang dipertukarkan oleh pembeli kepada penjual guna memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan oleh pembeli untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan. Harga barang dan jasa dapat dipandang mahal oleh sebagian pembeli, namun dipandang murah oleh pembeli lainnya. Artinya, harga tidak selalu dinilai dari aspek nominal “uang” tetapi juga disesuaikan dengan tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli (Amirullah, 2021).

Indikator Harga adalah daftar harga, diskon, tunjangan, periode pembayaran dan ketentuan kredit.

# Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

## METHOD

Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivis, untuk penelitian populasi atau sampel tertentu, pengumpulan menggunakan alat penelitian, dan analisis data kuantitatif/statistik yang telah ditentukan sebelumnya untuk tujuan pengujian hipotesis yang akan digunakan (Sugiyono, 2013). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat muslim Kota Binjai yang pernah membeli J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai lebih dari satu kali dimana jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui. Sampel adalah bagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki suatu populasi (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini jumlah populasi berdasarkan kriteria penelitian yang tidak diketahui, maka peneliti menggunakan metode Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2021). Berdasarkan teori diatas maka ditetapkan sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden masyarakat muslim Kota Binjai yang sudah pernah membeli JCO Donuts & Coffee di Kota Binjai lebih dari satu kali. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Adapun dengan memilih teknik *Simple Random Sampling*.

## RESULTS AND DISCUSSION

### Uji Kualitas Data

#### 1) Uji Validitas

Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  terjadi pada setiap item pernyataan maka dapat dikatakan item pernyataan tersebut valid. Maka diketahui jumlah sampel ( $N$ ) = 100 dan besarnya  $df$  dapat dihitung dengan rumus  $df = n - 2$ , maka  $df = 100 - 2 = 98$  dengan besar  $\alpha$  (0,05) sehingga dapat diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,1966 atau kata lain nilai korelasi masing-masing item pernyataan harus lebih besar dari 0,1966. Berikut adalah hasil uji validitas:

**Tabel 1.** Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Labelisasi Halal (LH)	LH01	0,330	0,1966	Valid
	LH02	0,917	0,1966	Valid
	LH03	0,748	0,1966	Valid
	LH04	0,940	0,1966	Valid
	LH05	0,908	0,1966	Valid
	LH06	0,915	0,1966	Valid
	LH07	0,903	0,1966	Valid
	LH08	0,916	0,1966	Valid
Kualitas Produk (KP)	KPR01	0,636	0,1966	Valid
	KPR02	0,712	0,1966	Valid
	KPR03	0,675	0,1966	Valid
	KPR04	0,719	0,1966	Valid
	KPR05	0,726	0,1966	Valid
	KPR06	0,791	0,1966	Valid
	KPR07	0,747	0,1966	Valid
	KPR08	0,666	0,1966	Valid

## Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

	KPR09	0,781	0,1966	Valid
	KPR10	0,695	0,1966	Valid
	KPR11	0,724	0,1966	Valid
	KPR12	0,795	0,1966	Valid
	KPR13	0,773	0,1966	Valid
	KPR14	0,748	0,1966	Valid
Harga (H)	H01	0,668	0,1966	Valid
	H02	0,769	0,1966	Valid
	H03	0,797	0,1966	Valid
	H04	0,800	0,1966	Valid
	H05	0,830	0,1966	Valid
	H06	0,814	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (KP)	KP01	0,624	0,1966	Valid
	KP02	0,567	0,1966	Valid
	KP03	0,640	0,1966	Valid
	KP04	0,583	0,1966	Valid
	KP05	0,715	0,1966	Valid
	KP06	0,609	0,1966	Valid
	KP07	0,668	0,1966	Valid
	KP08	0,591	0,1966	Valid

### 2) Uji Reliabilitas

Apabila suatu instrumen atau item pernyataan telah dipastikan validitasnya, maka tahap selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Dimana pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan tingkat konsistensi internal dengan teknik yang digunakan adalah mengukur koefisien Cronbach's Alpha ditambah reliabel apabila menghasilkan nilai Cronbach's Alpha > 0,70. Setelah dilakukan uji reliabilitas hasil yang diperoleh adalah:

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Item	Keterangan
Labelisasi Halal	0,937	8	Reliabel
Kualitas Produk	0,931	14	Reliabel
Harga	0,871	6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,768	8	Reliabel

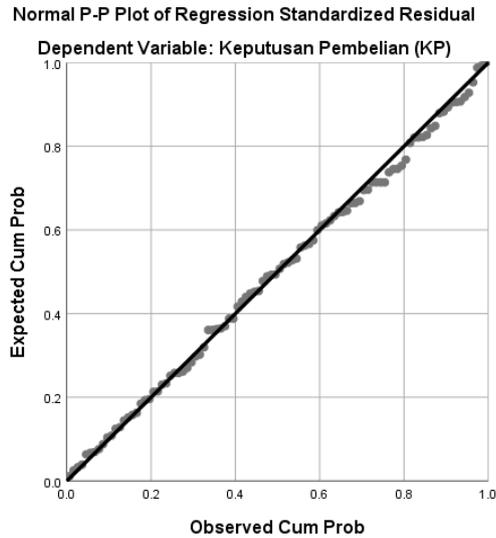
### Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

# Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

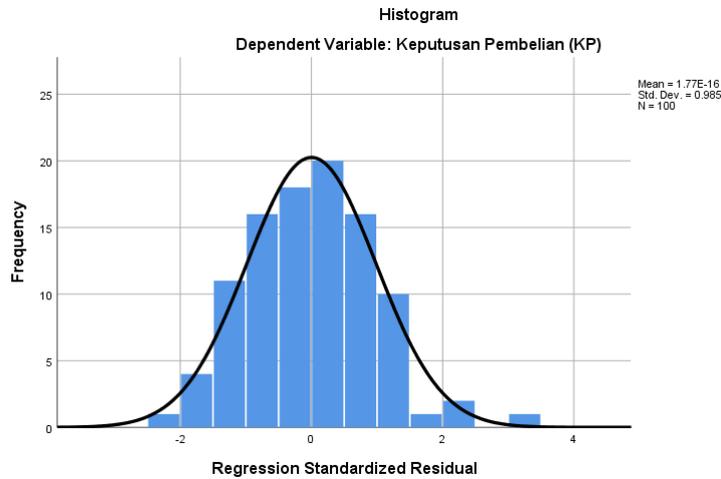
Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>



**Gambar 1.** Gambar P-Plot

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa pola grafik P-Plot yang normal, terlihat dari titik distribusi data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Hal ini dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 2.** Histogram

Pada gambar di atas terlihat bahwa kurva membentuk seperti lonceng, maka nilai residual dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

**Tabel 3.** One Sample Kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57856309
Most Extreme Differences	Absolute	.043

# Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

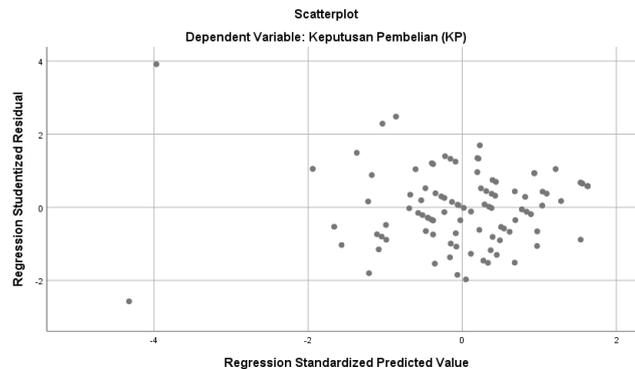
Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

	Positive	.043
	Negative	-.029
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>e,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel di atas terlihat hasil uji normalitas One-Sample Kolmogrov Test diperoleh nilai sig sebesar  $0,200 > 0,05$ . Maka data berdistribusi normal.

## 2) Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 3.** Scatterplot

Pada gambar di atas terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3) Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance tidak ada yang kurang dari 0,10 dan nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka menunjukkan adanya multikolonieritas. Berikut hasil dari uji multikolonieritas:

**Tabel 4.** Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Labelisasi Halal (LH)	0,936	1,069	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Kualitas Produk (KPR)	0,415	2,412	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Harga (H)	0,429	2,330	Tidak Terjadi Multikolonieritas

## 4) Uji Autokorelasi

**Tabel 5.** Run Test

Run Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.00200
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100

## Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Number of Runs	44
Z	-1.407
Asymp. Sig. (2-tailed)	.159

a. Median

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa uji autokorelasi menggunakan *Run Test* tidak terdapat gejala autokorelasi dikarenakan *Asymp.Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 atau  $0,159 > 0,05$ .

### 5) Analisis Regresi Berganda

**Tabel 6.** Analisis Regresi Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.164	1.819		4.488	.000
	Labelisasi Halal (LH)	.063	.039	.115	1.604	.112
	Kualitas Produk (KPR)	.129	.059	.234	2.174	.032
	Harga (H)	.548	.114	.507	4.793	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (KP)

Berdasarkan di atas, maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$KP = 8,164 + 0,063LH + 0,129KPR + 0,548H$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dinyatakan nilai koefisien regresi sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 8,164 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai labelisasi halal, kualitas produk dan harga maka besarnya keputusan pembelian sebesar 8,164.
- Jika nilai labelisasi halal mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 6%.
- Jika nilai kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 12,9%.
- Jika nilai harga mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 54,8%.

### Uji Hipotesis

#### 1) Uji Parsial (t test)

- Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai

Berdasarkan tabel koefisien diatas diketahui bahwa t hitung variabel pendapatan sebesar 1,604. Tabel distribusi t dicari dengan  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df)  $(n - k)$  atau  $(100 - 4) = 96$ , maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,661. Jadi t hitung  $<$  t tabel atau  $1,604 < 1,661$  dan diketahui sig  $>$  0,05 atau  $0,112 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak atau dinyatakan secara parsial labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai.

- Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee di

## Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Kota Binjai

Berdasarkan tabel koefisien diatas diketahui bahwa t hitung variabel pendapatan sebesar 1,604. Tabel distribusi t dicari dengan  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df)  $(n - k)$  atau  $(100 - 4) = 96$ , maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,661. Jadi t hitung  $>$  t tabel atau  $2.174 > 1,661$  dan diketahui sig  $<$  0,05 atau  $0,032 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima atau dinyatakan secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai.

- c) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai Berdasarkan tabel koefisien diatas diketahui bahwa t hitung variabel pendapatan sebesar 1,604. Tabel distribusi t dicari dengan  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df)  $(n - k)$  atau  $(100 - 4) = 96$ , maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,661. Jadi t hitung  $>$  t tabel atau  $4,793 > 1,661$  dan diketahui sig  $<$  0,05 atau  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima atau dinyatakan secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai.

### 2) Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 7. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	768.740	3	256.247	37.371	.000 <sup>b</sup>
	Residual	658.250	96	6.857		
	Total	1426.990	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (KP)

b. Predictors: (Constant), Harga (H), Labelisasi Halal (LH), Kualitas Produk (KPR)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh F hitung sebesar 37,471. Tabel distribusi F dicari pada tingkat kepercayaan  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan df1  $(k-1)$  atau  $(4-1) = 3$  dan df2  $(n-k)$  atau  $(100-4) = 96$ . Maka nilai F hitung sebesar 37,371 dan diperoleh nilai f tabel sebesar 2,699. F hitung  $>$  F tabel yaitu  $37,371 > 2,699$  dan nilai sig  $<$  0,05 atau  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima atau dinyatakan secara simultan labelisasi halal, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai.

### 3) Koefisien Determinasi

**Tabel 8. Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.734 <sup>a</sup>	.539	.524	2.61854	1.673	

a. Predictors: (Constant), Harga (H), Labelisasi Halal (LH), Kualitas Produk (KPR)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (KP)

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Koefisien korelasi (R) sebesar 0,734<sup>a</sup> menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan variabel dependen karena lebih besar dari 0,5.
- b) Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,524 menunjukan bahwa proporsi variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 52,4%, sedangkan sisanya

## **Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam**

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

sebesar 47,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini. Jadi terdapat banyak variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai.

### **Discussion**

#### **Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai**

Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai dilihat dari signifikansi diketahui bahwa signifikansi lebih besar dari nilai ( $\alpha$ ) yaitu  $0,112 > 0,05$  dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel atau  $1,604 < 1,661$  maka  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak, yang berarti labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Hal ini menandakan bahwa banyak konsumen J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai, khususnya konsumen muslim dalam melakukan keputusan pembelian masih tidak memperhatikan labelisasi halal. Hal ini juga dapat dilihat dari J.CO Donuts & Coffee yang baru bersertifikasi halal pada tanggal 19 Mei 2023 dan sejak tahun 2018 sampai 2022 J.CO Donuts & Coffee belum terdaftar dan belum memiliki sertifikat halal MUI atau BPJPH tetapi masih dilakukan pembelian dan berhasil masuk menjadi top brand award toko donat tahun 2023 fase kedua.

#### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai**

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai dilihat dari signifikansi diketahui bahwa signifikansi lebih kecil dari nilai ( $\alpha$ ) yaitu  $0,032 < 0,05$  dan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel atau  $2,174 > 1,661$  maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, yang berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh J.CO Donuts & Coffee mempengaruhi terhadap keputusan pembelian. Walaupun pada tahun 2017, J.CO Donuts & Coffee sempat mendapat isu mengandung minyak babi dan haram dimakan umat muslim.

#### **Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donuts & Coffee di Kota Binjai**

Pengaruh labelisasi halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai, dilihat dari signifikansi diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha$ ) yaitu  $0,000 < 0,05$ , sedangkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau  $37,371 > 2,699$  maka  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima, yang berarti labelisasi halal, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menghasilkan nilai sebesar 0,524 yang artinya pada penelitian ini variabel labelisasi halal, kualitas produk dan harga dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai sebesar 52,4% atau dapat dikatakan sebesar 52,4% variabel labelisasi halal, kualitas produk dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Dalam keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Variabel labelisasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai, sedangkan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai.

## Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

### CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Pengaruh labelisasi halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai, dilihat dari signifikansi diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha$ ) yaitu  $0,000 < 0,05$ , sedangkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau  $37,371 > 2,699$  maka  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima, yang berarti labelisasi halal, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Variabel labelisasi halal secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai. Variabel labelisasi halal, kualitas produk dan harga secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts & Coffee di Kota Binjai.

### REFERENCE

- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 122–145. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/777> Universitas Potensi Utama Fakultas Ekonomi Islam
- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka. ISBN/ISSN: 978-623-6133-27-9
- Databoks.katadata.co.id. (2021). *Inilah Merek Cepat Saji Terbaik di Indonesia pada 2021, Mana Kesukaanmu?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/23/inilah-merek-cepat-saji-terbaik-di-indonesia-pada-2021-mana-kesukaanmu>. Diakses Pada 30 Mei 2023, Pukul 19.46 WIB
- Databoks.katadata.co.id. (2022a). *Indonesia Jadi Konsumen Makanan Minuman Halal Terbesar di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/15/indonesia-jadi-konsumen-makanan-minuman-halal-terbesar-di-dunia#:~:text=Dinar%20Standard%20menghitung%20nilai%20konsumsi,konsumsinya%20sebesar%20US%24113%20miliar>. Diakses Pada 30 Mei 2023, Pukul 23.51 WIB
- Inilahbandung.com. (2023). *Belasan Tahun Berdiri, JCO dan BreadTalk Putuskan untuk Proses Sertifikasi Halal*. <https://www.inilahbandung.com/nasional/5847883805/belasan-tahun-berdiri-jco-dan-breadtalk-putuskan-untuk-proses-sertifikasi-halal>. Diakses Pada 17 Juni 2023, Pukul 14.23 WIB
- Kedutaan Besar Republik Indonesia. (2018). *Selamat Datang J.CO Donuts and Coffee di Riyadh*. <https://kemlu.go.id/riyadh/id/news/489/selamat-datang-jco-donuts-and-coffee-di-riyadh>. Diakses Pada 13 Juni 2023, Pukul 15.51 WIB
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2014). *UU No. 33/2014: Pemerintah Harus Bentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/4240/uu-no-332014-pemerintah-harus-bentuk-badan-penyelenggara-jaminan-produk-halal/0/berita>. Diakses Pada 31 Mei 2023. Pukul 18.36 WIB
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022*. <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>. Diakses Pada 31 Mei 2023, Pukul 17.58 WIB

## Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

- KOMINFO. (2019). *[HOAKS] J.CO Mengandung Minyak Babi*. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/17047/hoaks-jco-mengandung-minyak-babi/0/laporan\\_isu\\_hoaks](https://www.kominfo.go.id/content/detail/17047/hoaks-jco-mengandung-minyak-babi/0/laporan_isu_hoaks). Diakses Pada 31 Mei 2023, Pukul 16.22 WIB
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Maxmanroe.com. (2014). *Melihat Sejarah Bisnis J.Co Donut & Coffee*. <https://www.maxmanroe.com/melihat-sejarah-bisnis-j-co-donut-coffee.html>. Diakses Pada 16 Juni 2023, Pukul 13.41 WIB
- Nurlaela, Pettenreng, H. A. Muh. A., & Hamid, Abd. H. (2021). *Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Makassar: Pusaka Almaida. ISBN: 978-623-226-214-0
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Top Brand Award. (2023). *Top Brand Index*. [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2023&tbi\\_index=top-brand&type=brand&tbi\\_find=Donuts](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&tbi_index=top-brand&type=brand&tbi_find=Donuts). Diakses Pada 27 Juli 2023, Pukul 10.43 WIB
- Tvonenews.com. (2022). *Viral! Pecahan Kaca Ditemukan di Donat JCO*. <https://www.tvonenews.com/lifestyle/trend/52906-viral-pecahan-kaca-ditemukan-di-donat-jco-netizen-itu-pesanan-punya-limbad?page=2>. Diakses Pada 11 Juli 2023, Pukul 22.13 WIB