

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Sertifikat Halal

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam menjadikan halal haramnya suatu prodak adalah hal yang penting. Umat islam dalam mengonsumsi makanan tidak hanya digunakan untuk menghilangkan lapar, namun juga sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. dalam hal makanan harus jelas kehalalannya dan ini menjadi hal yang harus diperhatikan oleh kaum muslim dimana kehalalan ini didasarkan pada aturan dalam agama. kebutuhan akan kehalalan suatu makanan merupakan Hak Asasi Manusia muslim dan menjadi tanggung jawab semua pihak. Ditemukannya bahan baku yang tidak halal dalam suatu makanan menjadikan kehalalan makanan menjadi isu global. Melalui realita ini maka kajian mengenai kehalalan suatu makanan menjadi sangat penting. Demi memberikan solusi maka pemerintah mengeluarkan sertifikasi halal yaitu sertifikat kehalalan prodak yang memenuhi kualifikasi halal.<sup>1</sup>

Sertifikat halal dikeluarkan oleh MUI yang berupa fatwa tertulis dan di dalamnya berupa pernyataan kehalalan prodak di dasarkan pada syariat Islam dengan cara memeriksa secara rinci oleh LPPOM MUI yang sekarang diganti menjadi BPJPH. Sertifikasi halal juga sebagai syarat dalam mencantumkan label halal pada kemasan prodak dari pemerintah yang memiliki kewenangan dalam hal ini yaitu BPOM.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Pujiati Utami, sertifikat halal sebagai upaya peningkatan kualitas prodak olahan komoditas pertanian unggulan daerah, *Jurnal AGRITECH*, Vol.XIII, No. 1, 2011.87-88. diakses pada 18 september 2021, <https://www.neliti.com>.

<sup>2</sup> Agus Putra, Panji Adam, Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, Vol.1, No. 1, 2017, 152-153, diakses

Langkah yang mesti di tempuh dalam mendapatkan sertifikat halal dengan mengajukan permohonan dari pelaku usaha disertai dengan kelengkapan dokumen pengajuan, kemudian BPJPH akan menetapkan lembaga yang akan melakukan pemeriksaan terhadap kehalalan prodak, kemudian dilanjutkan dengan pengujian dan pemeriksaan kehalalan prodak, dan dilanjutkan dengan penetapan kehalalan prodak oleh MUI melalui sidang fatwa, kemdian penerbitan sertifikat halal oleh badan penyelenggaraan jaminan prodak halal.<sup>3</sup>

a. Pengertian Halal

Halal diartikan dengan segala hal yang diperkenankan oleh syariat untuk dikonsumsi, baik berupa minuman ataupun makanan. Hal ini sesuai dengan Q.S Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Artinya: 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.*<sup>4</sup>

Melalui ayat diatas maka dapat dijelaskan bahwasannya umat Islam diwajibkan mengkonsumsi makanan halal serta baik. Kehalalan dan kebaikan makanan ini disesuaikan dengan aturan agama tidak hanya dalam sisi

---

pada 18 Oktober 2020,  
<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/amwaluna/article/view/2172>

<sup>3</sup> Ilyas Musyfikah, Sertifikasi dan Labelisasi Prodak Halal Perspektif Masalah, *Al-Qadāu* Vol. 4, No. 2, 2017, 367, diakses pada 18 Oktober 2020, <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/al-qadau/article/view/5682/4943>

<sup>4</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Aisyah, 2008), 25.

zatnya saja, namun cara mengolah dan mendapatkannya juga. Adapun makanan yang baik merupakan makanan yang baik atas kesehatan manusia dan tidak berbahaya. Kemudian terdapat kata haram sebagai lawan dari halal yang diartikan dengan semua hal yang dilarang oleh islam untuk dikonsumsi. Jika makanan atau minuman haram ini tetap saja dikonsumsi maka akan mendapatkan konsekuensi berupa dosa dan memiliki banyak *mudharat*. Apabila makanan dan minuman haram ini dikonsumsi dalam keadaan terpaksa maka masih dapat dimaafkan.<sup>5</sup>

Sebagai contoh mengonsumsi minuman yang beralkohol diharamkan hal ini disebabkan alkohol mampu membuat mabuk, kecanduan, kehilangan kesadaran dan dapat merusak akhlak dan menurunkan produktivitas. Minuman keras sendiri merupakan minuman yang memiliki kandungan zat alkohol di dalamnya. Maka dari itu kehalalan suatu makanan dilihat dari tiga hal yaitu cara mengolahnya, mendapatkannya dan kehalalan zat di dalamnya.<sup>6</sup>

b. Sertifikat Halal

Demi memberikan ketersediaan produk halal, keamanan dan kenyamanan masyarakat muslim, maka dibutuhkan jaminan kehalalan suatu produk. Sertifikasi halal juga memberikan keuntungan bagi perusahaan ketika memasarkan produknya sesuai dengan pasal 3 UU JPH. Kehalalan produk diatur dalam UU JPH dimana melalui UU ini segala produk yang diedarkan dan diimpor diharapkan memiliki sertifikat kehalalan. Melalui UU JPH terdapat perubahan pada lembaga yang menyelenggarakan sertifikasi halal. BPJPH bekerja sama dengan berbagai lembaga misalnya MUI, LPH dan kementerian dalam menjalankan

---

<sup>5</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*, (Malang: UIN Malang Press, 2009), 194.

<sup>6</sup> <https://www.kompasiana.com>, 12 Oktober 2020.

UU JPH. LPH dalam hal ini berperan dalam melaksanakan audit mengenai prodak. Dan kemudian di tetapkannya fatwa halal dilaksanakan MUI dengan sidang fatwa halal. LPH selain didirikan oleh pemerintah juga bisa dilakukan oleh lembaga keagamaan islam yang sudah memiliki badan hukum. LPH milik pemerintah misalnya yang terdapat di bawah PTN sesuai dengan UU JPH pasa 12. LPH setidaknya mempunyai tiga auditor dalam melakukan pemeriksaan kehalalan prodak yang dilihat melalui SJH Perusahaan, distribusi, penyimpanan, penyajian, ruang produksi dan peralatan, proses penyembelihan, pengolahan dan bahan yang digunakan sesuai dengan UU JPH pasal 15. BPJPH bertugas dalam mengawasi penjualan, pendistribusian, penyajian, penyimpanan, pengemasan, pemisahan produksi bahan haram dan halal, masa berlaku sertifikat halal, pemasangan logo halal dan tidak, adanya penyedia halal di perusahaan, pengawasan pada LPH, pengawasan kehalalan prodak dan mengenai jaminan prodak halal lainnya.<sup>7</sup>

Hak yang dimiliki pengusaha ialah mendapatkan informasi, edukasi dan sosialisasi prihal pembinaan dalam memproduksi prodak halal, sistem jaminan prodak halal dan memperoleh layanan guna memperoleh sertifikat halal dengan biaya terjangkau, tidak diskriminatif, cepat, dan efisien sesuai dengan UU JPH pasal 23. Pengajuan sertifikat halal ini tidak wajib dilakukan bagi pelaku usaha yang menghasilkan prodak berbahan non halal akan tetapi diwajibkan mencantumkan keterangan bahwasannya prodaknya non halal sesuai dengan UU JPH pasal 26. Jika hal ini tidak dilaksanakan maka akan dikenakan teguran bisa berupa denda, teguran lisan

---

<sup>7</sup> Faridah Hayyun Durrotul, Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi, *Journal of Halal Product and Research*, Volume 2 Nomor 2, 2019, 72, diakses pada 18 Oktober 2020, <https://e-journal.unair.ac.id>.

ataupun tulisan. Dalam melaksanakan penyelenggaraan jaminan prodak halal ini dibutuhkan dukungan dan kerjasama dari masyarakat agar dapat berjalan secara maksimal. Pengawasan prodak yang beredar bisa dilakukan oleh masyarakat, pencantuman logo halal dan masa berlakunya. Selain itu bisa dengan melakukan sosialisasi prodak halal yang terdapat dalam lingkungan kerja dan keluarga.<sup>8</sup>

Lada, dkk. menjelaskan bahwasannya sertifikat halal ialah keamanan bagi konsumen muslim ketika menginginkan prodak sesuai dengan aturan agama dan baik baginya. Prodak dengan sertifikat halal berarti dalam pengolahan prodak sudah memenuhi standar kebersihandan keamanannya. Dalam UU No 33 Tahun 2004 perihal jaminan prodak halal ayat 10 menjelaskan bahwasannya sertifikat halal ialah bentuk pengakuan bahwasannya prodak yang dikeluarkan oleh BPJPH itu halal di dasarkan pada fatwa halal yang dikeluarkan MUI secara tertulis. Tujuannya ialah memperoleh pengakuan legal formal bahwasannya prodak sudah memenuhi kehalalan.<sup>9</sup> Di indonesia sertifikasi halal dikeluarkan oleh LPPOM MUI sampai pada 16 Oktober 2019 dan mulai 17 Oktober 2019 penerbitan sertifikasi halal dilakukan oleh BPJPH.<sup>10</sup>

Sertifikasi prodak halal merupakan pemeriksaan dan perijinan prodak pangan kepada lembaga yang memiliki kewenangan dalam

---

<sup>8</sup> Faridah Hayyun Durrotul, Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi,73, diakses pada 18 Oktober 2020, <https://e-journal.unair.ac.id>.

<sup>9</sup> Budiman Fathan, Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Prodak Herbal Penawar Al Wahida Indonesia, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.6, No.2.,2020.381, diakses pada 18 Oktober 2020, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1192>.

<sup>10</sup> <https://www.cnnindonesia.com/>, Diakses pada tanggal 28 Oktober 2020.

memberikan sertifikasi halal, kemudian labelisasi halal ialah aktivitas pengujian ijin yang dilakukan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam mengeluarkan keputusan untuk memberikan ijin kepada pengusaha dan melabelisasi kemasan dengan label halal. MUI merupakan lembaga yang memiliki otoritas dalam menerbitkan sertifikat halal dan dilanjutkan prosesnya oleh LPPOM MUI. Melalui hal ini maka terdapat berbagai indikator yaitu:<sup>11</sup>

- 1) Memastikan sertifikat sertifikat halal prodak.
- 2) Memastikan sertifikasi halal pada restoran.
- 3) Pentingnya sertifikasi halal daripada informasi prodak.
- 4) Hanya akan mengonsumsi prodak bersertifikasi halal.
- 5) Mengenali logo sertifikasi halal dari MUI.

Prodak berlabel sertifikat halal ialah prodak yang melalui uji kehalalan dan aman dikonsumsi umat Islam. diberlakukannya UU No 33 Tahun 2014 mewajibkan sertifikasi halal bagi segala lini perusahaan termasuk didalamnya bagi bahan bangunan. Dengan diberlakukannya UU ini pengajuan demi mendapatkan sertifikat halal mengalami peningkatan dan memiliki berbagai variasi. Variasi ini juga ada dalam prodak barang pakai yang mengalami pertambahan setiap tahunnya.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Prमितasari Talisa Rahma, Indah Fatmawati, Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Prodak Makanan Halal, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 8, No. 1, 2017, 13, diakses pada 18 Oktober 2020, <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922>.

<sup>12</sup> Budiman Fathan, Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Prodak Herbal Penawar Al Wahida Indonesia, 381, diakses pada 18 Oktober 2020, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1192>.



## 2. Kualitas prodak

### a. Pengertian Kualitas Prodak

Kotler dan Amstrong menjelaskan bahwasannya kualitas prodak yaitu kemampuan prodak dalam menjalankan fungsinya, berupa seluruh reparasi prodak, kemudahan dalam menjalankan, ketepatan, reliabilitas, durabilitas dan atribut lainnya. Prodak berkualitas ialah prodak yang bisa menghasilkan lebih dari apa yang menjadi harapan.<sup>13</sup>

Keadaan dinamis yang berkaitan dengan lingkungan, tugas dan proses, tenaga kerja atau manusia, dan juga prodak yang melebihi atau memenuhi harapan konsumen merupakan kualitas prodak menurut Nasution.<sup>14</sup>

Laksana menjelaskan bahwasannya kualitas merupakan keistimewaan prodak dalam melakukan pemenuhan keinginan konsumen dan menciptakan kepuasan ketika menggunakan prodak.<sup>15</sup>

Melalui berbagai definisi yang sudah dideskripsikan, maka kualitas prodak diartikan dengan keadaan dinamis mengenai prodak yang bisa memberikan kepuasan pada keinginan konsumen.

### b. Pentingnya Kualitas Prodak

Russel dalam Ariani menjelaskan bahwasannya kualitas prodak memiliki tuju peran yang sangat penting yaitu:

- 1) Mewujudkan kualitas yang cukup penting
- 2) Display prodak
- 3) Tanggung jawab prodak
- 4) Dampak internasional
- 5) Meningkatkan pangsapasar

---

<sup>13</sup> Philip, Kotler dan Amstrong Gerry, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 283.

<sup>14</sup> Nasution, M.N, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), 41.

<sup>15</sup> Fajar, Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 89.

- 6) Menurunkan biaya
- 7) Meningkatkan reputasi perusahaan.<sup>16</sup>

Pengukuran mekanik tidak bisa dilakukan dalam menilai kualitas prodak makanan yang dilaksanakan oleh konsumen, namun penilaian dilakukan dengan melihat nilai nutrisi yang ada dalam prodak, display prodak, rasa dan bahan yang dipakai. Fiani dan Japariato melakukan penyederhanaan prihal indikator yang dapat memberikan pengaruh pda kualitas prodak makanan roket chicken, yaitu:

- 1) Rasa
  - 2) Arma
  - 3) Porsi
  - 4) Penampilan
  - 5) Warna.<sup>17</sup>
3. Keputusan Pembelian
- a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses integritas yang dilaksanakan dalam upaya melakukan kombinasi pengetahuan yang berguna dalam melakukan evaluasi dua atau lebih alternatif dan melakukan pemilihan salah satunya.<sup>18</sup>

Kotler menjelaskan bahwasannya keputusan pembelian ialah aktivitas konsumen ketika akan melakukan pembelian atau tidak suatu prodak. Melalui berbagai pengertian di atas disimpulkan bahwasannya keputusan pembelian yaitu suatu aktivitas konsumen dalam melaksanakan

---

<sup>16</sup> Wahyu Ariani, Dorothea, *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*, (Jakarta: Graha Indonesia, 2003), 9.

<sup>17</sup> Alfredo Dwitama Soenawan, Edward Stephen Malonda, Pengaruh Kualitas Prodak, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya, *Jurnal Hospitality dan Manajemen jasa*, Vol. 3, No. 2, 2015, 397, diakses pada 18 Oktober 2020, <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3547/3216>

<sup>18</sup> Peter, P.J., dan Jerry C.O, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 163.



pembelian prodak.<sup>19</sup> Keputusan dalam melakukan pembelian dari konsumen sebenarnya merupakan kumpulan keputusan yang memiliki tujuh komponen di dalamnya berupa:

- 1) mengenai cara pembayaran
- 2) mengenai waktu pembelian
- 3) mengenai jumlah prodak
- 4) mengenai penjualannya
- 5) mengenai merek
- 6) mengenai bentuk prodak
- 7) mengenai jenis prodak.<sup>20</sup>

b. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Terdapat lima tahapan dalam proses pembelian, yaitu perilaku purna, mengenali masalah, mencari informasi, mengevaluasi alternatif dan memutuskan untuk membeli.<sup>21</sup>

- 1) Pengenalan masalah, dalam hal ini diawali ketika konsumen sadar bahwa kebutuhan atau masalah dalam diri konsumennya yang harus terpenuhi.
- 2) Pencarian informasi, konsumen mungkin melaksanakan pencarian mendalam mengenai informasi produk yang akan dibeli atau produk yang sesuai dengan kebutuhannya atau tidak sama sekali untuk mencari informasi lebih jauh. Apabila dorongan untuk membeli pada konsumennya kuat dan produk ada di sekitarnya konsumen akan segera melaksanakan pembelian, akan tetapi jika tidak melakukannya kebutuhannya hanya akan ada dalam ingatannya.
- 3) Evaluasi Alternatif, merupakan hal yang sukar diketahui hal ini disebabkan tidak terdapat

---

<sup>19</sup> Philip, Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prebalindo, 2002), 204.

<sup>20</sup> Dharmmesta, Swasta Basu, *Manajemen Pemasaran, analisa perilaku konsumen*, Edisi pertama, Cetakan ketiga, (Yogyakarta: BPFE, 2010), 102.

<sup>21</sup> Simamora Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 15.

proses baku yang dilaksanakan semua konsumen. Bilson memberikan asumsi:

- a) Konsumen memperhatikan produk sebagai sekumpulan atribut. Perbedaan konsumen mengenai pandangan kerelevanan atribut.
- b) Konsumen memandang atribut dalam klasifikasi kepentingan yang berbeda disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Misalnya konsumen dengan daya beli terbatas perhatian utamanya ada pada atribut harga.
- c) Letak produk suatu atribut dikembangkan oleh konsumen dalam kepercayaan. Kepercayaan tentang merek dinamakan dengan “Brand image”.
- d) Tingkat keputusan konsumen akan bervariasi disesuaikan dengan berbedanya atribut.<sup>22</sup>

#### c. Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen berkaitan dengan cara pembayaran, harga, waktu, model, kualitas, merek, jenis produk dan lain sebagainya. Terkadang dalam mengambil keputusan terdapat pihak yang memberikan pengaruh dan konsumen mempertimbangkan kembali, dan seketika keputusan dapat berubah.<sup>23</sup>

Hahn memberikan tiga indikator yang terdapat pada keputusan pembelian:

- 1) Rutinitas pembelian, kebutuhan akan produk secara rutin oleh konsumen mengharuskan dirinya melakukan pembelian produk.
- 2) Kualitas, kepuasan dalam produk yang dibelinya memberikan dampak pada keputusan pembelian.

---

<sup>22</sup> Simamora Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 17.

<sup>23</sup> Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 105.

- 3) Loyalitas atau komitmen ketika tidak melakukan pergantian pembelian produk saingan, hal ini sering terjadi ketika ketidakpuasan ada dalam diri konsumen perihal produk yang dibeli.

Sedangkan Kotler menjelaskan bahwasannya indikator pada keputusan pembelian ialah:

- 1) Mantapnya suatu produk, ialah keputusan yang dilaksanakan konsumen sesudah melakukan pertimbangan mengenai informasi yang memberikan dukungan pada pengambilan keputusan.
- 2) Kebiasaan ketika membeli produk, ialah pengalaman orang lain ketika memakai produk.
- 3) Merekomendasikan kepada konsumen lain, menyampaikan informasi positif kepada lainnya supaya memiliki ketertarikan melaksanakan pembelian produk.
- 4) Membeli kembali, kegiatan yang bersinambungan sesudah konsumen merasa puas terhadap produk yang dibeli.<sup>24</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan disajikan berbagai penelitian yang sudah pernah dilakukan guna memperlihatkan kesamaan dan perbedaan demi menunjukkan keorisinilitasan penelitian ini dan digunakan sebagai bahan perbandingan serta acuan. Berbagai penelitian ini yaitu:

1. Hasil penelitian Fathan Budiman

Penelitian Fathan Budiman, berjudul “Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Al Wahida Indonesia)”<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Fajar Idris, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang, *Jurnal of Manajemen*, Vol. 4, No. 1, 2015, 20, diakses pada 28 Oktober 2020, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/12966>

<sup>25</sup> Budiman Fathan, Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal

Penelitian ini menghasilkan ketiadaan pengaruh antara sertifikasi halal prodak HPAI terhadap keputusan pembelian prodak HPAI. Hal ini disebabkan kebutuhan mengonsumsi prodak halal dengan dibuktikan pada label yang tertera pada kemasan belum menjadi kebutuhan mendesak. Kontinuitas dan pemaknaan terhadap penggunaan dimensi pengalaman, intelektual, ideologis, dan ritual ketika sertifikasi halal belum optimal, mendalam dan menyeluruh.

Terdapat persamaan penelitian yaitu berkaitan tentang sertifikat halal pada keputusan pembelian sebuah prodak. Dan perbedaan yang ada yaitu pada prodak herbal, sedangkan pada penelitian ini peneliti meneliti tentang prodak ROCKET CHICKEN dan dalam peneliti ini juga tidak hanya fokus dengan penelitian sertifikat halal tapi juga meneliti kualitas prodak.

## 2. Hasil penelitian Ahda Segati

Penelitian Ahda Segati, berjudul “ Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas prodak, Dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan”.<sup>26</sup>

Penelitian ini menghasilkan bahwasannya persepsi sertifikat halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan prodak.

Perbedaannya ialah sertifikat halal yang mempengaruhi minat pembelian prodak dengan variabel sertifikat halal yang dimana peneliti mengkaitkan variabel dengan hukum nasional, upaya untuk melindungi hak konsumen muslim.

sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu pengaruh sertifikat halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada ROCKET CHICKEN. Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah sama-

---

Penawar Al Wahida Indonesia), 7. diakses pada 18 Oktober 2020, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1192>.

<sup>26</sup> Ahda Segati, Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas prodak, Dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan, 165. diakses pada 12 Oktober 2020, <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/jebi/article/view/175/pdf>.

sama mempunyai titik fokus terhadap sertifikat halal pada sebuah usaha.

3. Hasil penelitian Ian Antonius Ong dan Sugiono Sugiharto..

Penelitian Ian Antonius Ong dan Sugiono Sugiharto, berjudul, “Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Prodak Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya”.<sup>27</sup>

Penelitian ini menghasilkan data berupa adanya pengaruh antara kualitas prodak terhadap keputusan pembelian, dimana ketika penilaian konsumen pada prodak meningkat membawa peningkatan pada keputusan pembelian begitu juga sebaliknya.

Perbedaan penelitian yaitu pada penelitian ini hanya mendalami pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas prodak dan harga terhadap keputusan pembelian sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya mendalami kualitas prodak dengan menambahkan penelitian mengenai sertifikat halal. Persamaan dalam penelitian ini adalah dalam memfokuskan penelitian kualitas prodak pada usaha makanan yang diteliti.

4. Hasil penelitian Hesty Fanny Manambe, dkk.

Penelitian Hesty Fanny Manambe, dkk. yang berjudul, “Kualitas Prodak, Harga dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Rosita Manado)”.<sup>28</sup>

Penelitian ini menghasilkan data bahwasannya keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas prodak dengan tingkat signifikansinya mencapai

---

<sup>27</sup> Antonius Ong Ian, Drs. Sugiono Sugiharto, Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Prodak dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1. No. 2. 2013, 10, diakses pada 20 Agustus, 2020, <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/668>

<sup>28</sup> Manambe Hesty Fanny, S.L.H.V.Joyce.Lapian, Agus Supandi Soegoto, Kualitas Prodak, Harga Dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Rosita Manado), *Jurnal Emba* Vol.7 No.4. 2019, 5463, diakses pada 19 Agustus, 2020, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26324>

0,003. Hal ini juga didukung oleh penelitian Rumondor yang meneliti tentang pengaruh kualitas prodak, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Rumah Kopi dan Mie Toronata di Kawangkoan. Dimana penelitian ini menunjukkan hasil yaitu keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas prodak. Hal ini memperlihatkan bahwasannya baiknya suatu kualitas prodak baik dari fitur prodak, daya tahan prodak, desain prodak atau kemasan, dan manfaat meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian.

Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah pada penelitian ini hanya mendalami Kualitas Prodak, Harga dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya mendalami kualitas prodak dengan menambahkan penelitian mengenai sertifikat halal. Persamaan dalam penelitian ini adalah dalam memfokuskan penelitian kualitas prodak pada usaha yang diteliti.

5. Hasil penelitian Irdha Yusra, Rio Nanda penelitian Irdha Yusra, Rio Nanda, berjudul “Pengaruh Kualitas Prodak, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N’Poll di Kota Padang”.<sup>29</sup>

Penelitian ini menghasilkan data berupa keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas prodak di Cafe ini. kepercayaan konsumen dapat terjaga ketika pemilik menjaga kualitas prodak. Masifnya persaingan di kota padang mengahrsukan pemilik cafe meningkatkan kualitas makananya dan memberikannya kepada konsumen. Dimana kepuasan konsumen ini menjadi penentu dalam keputusan pembelian prodak.

---

<sup>29</sup> Yusra Irdha, Rio Nanda, Pengaruh Kualitas Prodak, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N’Poll Di Kota Padang, *Jurnal Pundi*, Vol. 03, No. 03. 2019, 169, diakses pada 20 Oktober 2020, <https://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/view/173>



Terdapat hal yang berbeda dalam penelitian ini yaitu ada pada variabel kualitas prodak, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya mendalami kualitas prodak dengan menambahkan penelitian mengenai sertifikat halal. Persamaan dalam penelitian ini adalah dalam memfokuskan penelitian kualitas prodak pada usaha yang diteliti.

6. Hasil penelitian Akiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati

penelitian Akiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati, berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Prodak Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian”.<sup>30</sup>

Penelitian ini menghasilkan data bahwasannya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh mediasi sertifikasi melalui keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $2,33 > t$  tabel  $1,66$ . Responden yang digunakan antara mahasiswa dan remaja dengan dominasi remaja di dalamnya maka bisa dilakukan penyesuaian harga bagi kalangan remaja. Dari sisi kualitas sudah baik namun mesti dilakukan peningkatan agar tercipta loyalitas dalam diri konsumen.

Perbedaan yang terdapat pada penelitian Akiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati dengan penelitian ini adalah pada penelitian Akiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati juga menggunakan variabel harga dan kepuasan konsumen sedangkan penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang

---

<sup>30</sup> Akiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati, Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Prodak Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian, *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)* Vol.10 No.1. 2021, 83. diakses pada 29 Januari, 2021, <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/9981/7912>

sertifikat halal dan kualitas prodak terhadap keputusan pembelian.

### C. Kerangka Berfikir

Uma Sakara menjelaskan bahwasannya kerangka berpikir ialah suatu model berbentuk konsep prihal hubungan teori dengan berbagai faktor yang sudah dijadikan fokus permasalahan. Penjelasan teoritis hubungan diantara variabel penelitian dalam suatu kerangka berpikir memperlihatkan baiknya kualitas kerangka berpikir tersebut. Kerangka berpikir juga disusun guna melakukan penyusunan pada hipotesis penelitian.<sup>31</sup>

Alur pembahasan dalam suatu penelitian juga akan mudah dipahami ketika peneliti menyajikan kerangka berpikir, oleh karena itu dalam penelitian ini disajikan kerangka berpikir sebagai berikut:

1. Pengaruh sertifikat halal terhadap keputusan pembelian terhadap konsumen rocket chicken cabang kec. Tayu, kab. Pati

Sertifikat halal ialah fatwa MUI secara tertulis yang memberikan pernyataan mengenai kehalalan prodak berdasarkan syariat Islam melalui analisis yang dilakukan LPPOM MUI yang sekarang diganti menjadi BPJPH. Sertifikasi halal juga menjadi syarat ketika akan mencantumkan label halal pada suatu kemasan prodak yang dilakukan oleh badan POM sebagai instansi yang berwenang.<sup>32</sup> Informasi mengenai kehalalan prodak berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.

2. Pengaruh kualitas prodak terhadap keputusan pembelian terhadap konsumen rocket chicken cabang kec. Tayu, kab. Pati

---

<sup>31</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2018), 101-102.

<sup>32</sup> Agus Putra, Panji Adam, Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, Vol.1, No. 1, 2017, 152-153, diakses pada 18 Oktober 2020, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/amwaluna/article/view/2172>

Kualitas prodak ialah kemampuan prodak ketika menjalankan fungsinya berupa keseluruhan reparasi prodak, kemudahan menjalankan, ketepatan, reliabilitas, durabilitas dan atribut pada prodak lainnya. Ketika suatu prodak menghasilkan lebih dari apa yang menjadi harapan konsumen maka dikatakan sebagai prodak yang berkualitas.<sup>33</sup> Kualitas prodak yang baik memberikan pengalaman positif kepada konsumen sehingga memberikan dorongan kepada konsumen agar berbelanja di rocket chicken.

3. Pengaruh sertifikat halal dan kualitas prodak terhadap keputusan pembelian terhadap konsuemen rocket chicken cabang kec. Tayu, kab. Pati

Mayoritas warga masyarakat yang beragama islam maka pelaku usaha harus mulai memperhatikan sertifikat halal sebagai syarat untuk memulai usaha khususnya usaha kuliner, sertifikat halal diartikan dengan pengakuan halalnya prodak dari BPJPH yang didasarkan pada fatwa MUI secara tertulis. Pengakuan legal formal yang menyatakan bahwasannya prodak tersebut memenuhi ketentuan halal merupakan tujuan dikeluarkannya sertifikat halal.<sup>34</sup> Selain sertifikat halal ada juga kualitas prodak yang mesti diperhatikan oleh perusahaan, kualitas prodak dari prodak yang diproduksi mampu mendorong konsmen dalam melakukan pembelian prodak.

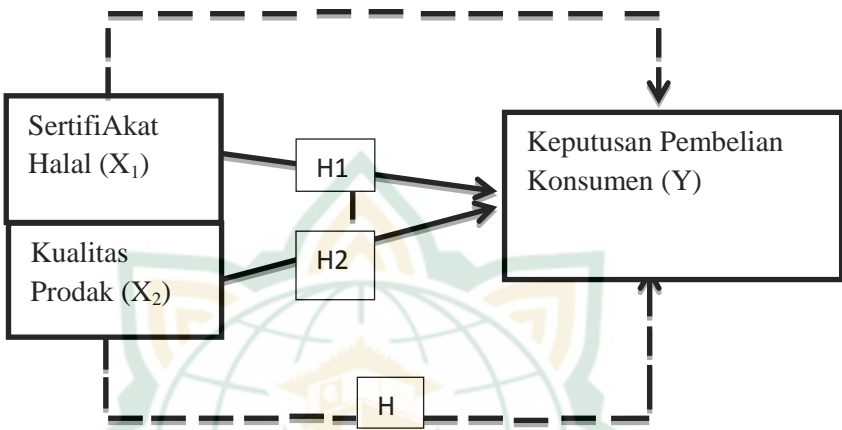
Melalui berbagai kajian teori yang diberikan di dalam kerangka berpikir ini, maka gambaran mengenai kerangka berpikir bisa dilihat pada gambar di bawah ini:

---

<sup>33</sup> Philip, Kotler dan Armstrong Gerry, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 283.

<sup>34</sup> Budiman Fathan, Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Prodak Herbal Penawar Al Wahida Indonesia, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.6, No.2.,2020.381, diakses pada 18 Oktober 2020, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1192>.

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



#### D. Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban sementara dari rumusan masalah yang diberikan oleh peneliti. jawaban ini didasarkan pada teori yang menjadi dasar penelitian dan tidak bersinggungan dengan realitas empiris sehingga dinyatakan sebagai jawaban sementara. Maka dari itu tidak jarang hipotesis dinyatakan dengan jawaban teoritis suatu permasalahan.

Pada suatu penelitian akan diberikan hipotesis yang akan diuji dan dinamakan dengan hipotesis kerja dan menjadi lawan dari hipotesis nol. Hipotesis kerja ini didasarkan pada teori dan hipotesis nol didasarkan pada keraguan pada teori yang diajukan.<sup>35</sup> Untuk mengetahui apakah ada pengaruh sertifikat halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, mengingat beberapa penelitian terdahulu dari beberapa buku atau jurnal penelitian yang telah diungkapkan sebelumnya, maka hipotesisnya yaitu:

1. Pengaruh sertifikat halal terhadap keputusan pembelian

<sup>35</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabata, 2018), 105-106.

sertifikasi halal ialah keamanan konsumen muslim dalam mendapatkan prodak sesuai dengan aturan agama dan baik baginya.<sup>36</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahda Segati, berjudul “ Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas prodak, Dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan”.menunjukkan bahwasannya persepsi sertifikat halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan prodak.<sup>37</sup>

H1: Diduga variabel sertifikat halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen prodak ROCKET CHICKEN.

## 2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Kualitas merupakan keistimewaan pada prodak yang memenuhi keinginan konsumen dan memberikan kepuasan pada diri konsumen ketika menggunakan prodak.<sup>38</sup>

Dalam penelitian Hesty Fanny Manambe, dkk. yang berjudul, “Kualitas Prodak, Harga dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Rosita Manado)”. menunjukkan bahwasannya keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas prodak dengan tingkat signifikansinya mencapai 0,003.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> Budiman Fathan, Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Prodak Herbal Penawar Al Wahida Indonesia, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.6, No.2.,2020.381, diakses pada 18 Oktober 2020, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1192>.

<sup>37</sup> Ahda Segati, Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas prodak, Dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan,165. diakses pada 12 Oktober 2020, <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/jebi/article/view/175/pdf>.

<sup>38</sup> Fajar, Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 89.

<sup>39</sup> Manambe Hesty Fanny, S.L.H.V.Joyce.Lapian, Agus Supandi Soegoto, Kualitas Prodak, Harga Dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Rosita Manado), *Jurnal Emba* Vol.7 No.4. 2019, 5463, diakses pada 19 Agustus, 2020, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26324>

H2: Diduga variabel kualitas prodak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen prodak ROCKET CHICKEN.

3. Pengaruh sertifikat halal, kualitas prodak terhadap keputusan pembelian konsumen prodak ROCKET CHICKEN.

Tujuan utama suatu usaha adalah mmengahilkan produk atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan untuk meningkatkan aktivitas usahanya. Jadi, jika perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan maka perusahaan tersebut tidak dapat melanjutkan usahanya. Agar dapat memperoleh keuntungan perusahaan harus memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Untuk memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka perlu didukung dengan sertifikat halal dan kualitas produk khususnya usaha makanan.

Dalam penelitian Akiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati, berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Prodak Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian”. Penelitian ini menunjukan bahwasannya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh mediasi sertifikasi dan kualitas produk melalui keputusan pembelaian.<sup>40</sup>

H3: terdapat pengaruh signifikan antara adanya sertifikat halal, kualitas prodak terhadap keputusan pembelian konsumen prodak ROCKET CHICKEN.

---

<sup>40</sup> Akiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati, Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Prodak Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian, *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)* Vol.10 No.1. 2021, 83. diakses pada 29 Januari, 2021, <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/9981/7912>