

Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta

Imtiyaz Amani¹⁾, Anggita Renata Sari²⁾, Siti Nur Azizah³⁾
^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
*Email korespondensi: 22208012053@student.uin-suka.ac.id

Abstract

The food and beverage industry in Indonesia has experienced rapid development, especially with increasing consumer awareness of halal products. This also encourages the rate of demand for halal products, especially halal food and beverage products which are the primary needs of Muslims. Therefore, this research aims to examine the influence of halal certification, product quality and price on purchasing decisions for food and beverage products at Rocket Chicken Yogyakarta Branch. In this research, Rocket Chicken is considered to be a very potential research object because it is one of the developing types of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) which operates in the culinary sector. The method used in this research is the Ordinary Least Square (OLS) method of Multiple Linear Regression analysis to see the relationship between independent and dependent variables significantly by taking 100 respondents with the help of data processing using Eviews 10 software. The results of this research prove that halal certification and price have a significant influence on food and drink purchasing decisions at Rocket Chicken Yogyakarta Branch. Meanwhile, separately, only the product quality variable was not significant. Therefore, MSMEs at Rocket Chicken Yogyakarta Branch must obtain halal certification, pay attention to product quality and price to increase consumer purchasing power for their products.

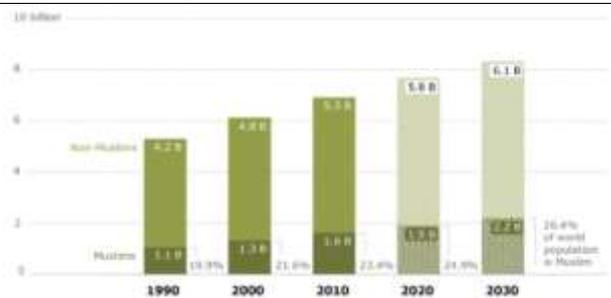
Keywords: Halal Certification, Product Quality, Price, Rocket Chicken

Saran sitasi: Amani, I., Sari, A. R., & Azizah, S. N. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1807-1813. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13031>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13031>

1. PENDAHULUAN

Secara global populasi muslim di indonesia selalu meningkat. Sejalan dengan perkembangan keinginan dan permintaan akan produk halal yang semakin meningkat juga. Khususnya pada sektor makanan dan minuman yang halal karena itu merupakan kegiatan konsumsi seseorang muslim yang tidak akan pernah penuh (Biasramadhan, 2023). Menurut data Global Islamic Economy populasi muslim saat ini bisa diperkirakan akan meningkat dari 1,6 miliar pada tahun 2020 sekitar 35% dalam kurun waktu 20 tahun kedepan dan akan naik lagi di tahun 2030 menjadi 2,2 miliar.



Gambar 1 Muslim as a Share World Population, 1990-2030

Sumber: Paw forum on religion & public

Perindustrian makanan dan minuman halal inilah yang mencuri perhatian negara-negara yang mayoritasnya muslim di Indonesia khususnya. Dapat kita ketahui Indonesia menjadi salah Satu negara dengan jumlah umat Islam terbanyak di dunia. Bagi umat islam, makanan dan minuman merupakan

persoalan yang mendapat perhatian didalam kitab-kitab fikih. Hal penting yang harus diperhatikan setiap muslim dalam mengkonsumsi makanan adalah memastikan bahwa makanan tersebut merupakan makanan halal dan baik (*halalan thayyiban*) Hal tersebut Sebagaimana yang diwasiatkan oleh Allah Swt. dalam ayat 168 Surah Al-Baqarah (Azizah, 2023). Terlebih lagi pada sektor makanan dan minuman halal yang tak terlepas dari kegiatan konsumsi seorang muslim karena merupakan kebutuhan primer yang harus senantiasa terpenuhi (Muzakki, 2020).

Industri makanan dan minuman di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk. Sertifikasi halal memainkan peran krusial dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen, terutama di kota-kota besar seperti Yogyakarta (Arifin, 2020). Salah satu pelaku usaha yang mencoba memanfaatkan tren ini adalah Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. Rocket Chicken merupakan waralaba yang dikenal dengan konsep restoran cepat saji yang menawarkan produk makanan dan minuman dengan cita rasa yang unik dan inovatif (S. Purnamasari et al., 2022) Dalam konteks ini, sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga menjadi faktor-faktor yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta.

Sertifikasi halal menjadi penting karena mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, dan kehalalan produk menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks makanan dan minuman, sertifikasi halal menjadi jaminan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ajaran agama (Ilyas, 2017). Selain kehalalan, kualitas produk juga menjadi aspek yang sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian (Akbar et al., 2023). Konsumen modern cenderung mencari pengalaman kuliner yang unik dan berkualitas. Oleh karena itu, kualitas rasa, presentasi, dan bahan baku menjadi faktor-faktor diferensiasi yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Meskipun kualitas produk dan sertifikasi halal penting, faktor harga juga tidak dapat diabaikan (Anggita & Ali, 2016) Konsumen cenderung mempertimbangkan nilai uang dari produk yang mereka beli Oleh karena itu, hubungan antara harga dengan kualitas produk dan kehalalan menjadi dinamika yang menarik untuk diinvestigasi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyelidiki dampak faktor-faktor seperti sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga pada keputusan pembelian produk makanan dan minuman dalam berbagai konteks bisnis. Salah satunya adalah riset yang dilakukan oleh Isje Pradina dan Ade Nur Rohim, yang menganalisis pengaruh label halal, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, dan Tangerang (kota-kota di Indonesia). Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan, dan secara keseluruhan, variabel-variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk tersebut (Pradina & Rohim, 2022). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Haruna Babatunde Jaiyeoba, dkk dengan judul Tanda sertifikasi halal, merek kualitas, dan kesadaran Apakah mereka mempengaruhi keputusan pembelian Konsumen Nigeria. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam kontribusinya terhadap keputusan pembelian konsumen di Nigeria adalah tanda sertifikasi halal dan kualitas merek halal (Jaiyeoba et al., 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu belum terdapat penelitian yang secara khusus membahas fenomena ini di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta, namun penelitian-penelitian sebelumnya telah memberikan wawasan mengenai dampak faktor-faktor tersebut terhadap preferensi dan perilaku konsumen dalam industri makanan dan minuman. Yogyakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena sebagai kota pendidikan dan pariwisata, memiliki tingkat diversitas konsumen yang tinggi. Oleh karena itu, diambil penelitian dengan judul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta”.

Dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. Dengan pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor ini, diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pemilik bisnis dan pengusaha di industri makanan dan minuman dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ini berkaitan dengan data, kemudian data ini akan di proses menjadi informasi berharga guna untuk mengambil keputusan dengan metode *Ordinary Least Square (OLS)* analisis Regresi Linier Berganda untuk melihat hubungan antara variabel independent dan dependent secara signifikan dengan bantuan olah data menggunakan perangkat lunak Eviews 10 (Santoso & Madiistriyatno, 2021). Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dalam kurun waktu tiga bulan, dimulai sejak bulan Oktober, di wilayah Yogyakarta. Sampel penelitian meliputi seluruh konsumen makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta, termasuk pelajar, mahasiswa, dan pekerja dengan rentang usia 18 tahun sampai di atas 55 tahun. Sebanyak 100 responden terlibat dalam penelitian ini sebagai sampel utama. Data primer yang menjadi sumber informasi dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Skala Likert digunakan sebagai alat pengukuran yang mengolah data yang telah dikumpulkan. Untuk skala Likert ini memiliki 5 poin yang digunakan untuk analisis kuantitatif yaitu (Veronica et al., 2022).

Tabel 1 Skala Likert

Pilihan	Nilai	Penilaian
STS	1	Sangat Tidak Setuju
TS	2	Tidak Setuju
N	3	Netral
S	4	Setuju
SS	5	Sangat Setuju

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggambarkan karakteristik responden berdasarkan variabel-variabel tertentu dengan persentase yang telah diukur. Dalam penelitian ini 52,9%, para perempuan menjadi bagian terbesar dari pengunjung Rocket Chicken Cabang Yogyakarta, sementara laki-laki dengan 47,1%. Mayoritas pengunjung, sebanyak 72,5%, berusia 18-24 tahun. Sementara itu, para pengunjung dengan usia 25-34 tahun sebanyak 20,6%, memberikan keberagaman dalam spektrum usia. Pendidikan tinggi mendominasi, dengan 76,5% pengunjung memiliki gelar Sarjana (S1). Ada juga 9,8% yang memiliki gelar Magister (S2), menunjukkan bahwa Rocket Chicken Cabang Yogyakarta menjadi tempat yang diminati oleh kalangan yang berpendidikan tinggi. Meskipun

begitu, variasi tetap ada dengan 12,7% pengunjung memiliki latar belakang pendidikan SMA/SMK, dan hanya 1% yang memiliki gelar Diploma (D3). Rutinitas kunjungan pengunjung menciptakan pola unik, dimana 66,7% datang 1-2 kali dalam sebulan, 21,6% berkunjung 3-4 kali, dan sejumlah kecil sebanyak 3,9% datang 5-6 kali. Ada juga 7,8% pengunjung yang setia datang lebih dari 6 kali dalam satu bulan. Hasil profil responden dalam penelitian ini dirinci dalam bentuk tabel 2. Seperti berikut ini:

Tabel 2. Profil Responden

Karakteristik	Kategori	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	52,9%
	Laki-laki	47,1%
Usia	18-24 Tahun	72,5%
	25-34 Tahun	20,6%
	35-44 Tahun	4,9%
	45-54 Tahun	2%
	>55 Tahun	0%
Pendidikan Terakhir	SMP kebawah	0%
	SMA/SMK	12,7%
	D3	1%
	S1	76,5%
	S2	9,8%
Frekuensi Kunjungan Ke Rocket Chicken Cabang Yogyakarta Dalam 1 Bulan	1-2 Kali	66,7%
	3-4 Kali	21,6%
	5-6 Kali	3,9%
	>6 Kali	7,8%

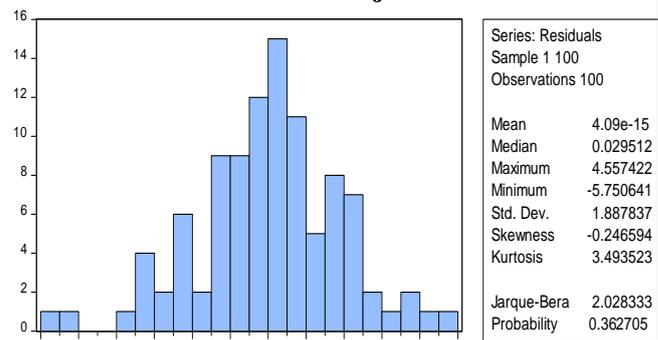
Sumber: Data diolah

3.1.1. Uji Asumsi Klasik

3.1.1.1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk menentukan apakah nilai residual dalam model regresi ini memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah nilai residual tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak (Tala & Karamoy, 2017).

Grafik 1. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah, Eviews 10

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa nilai probability adalah sebesar $0,362705 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan secara normal.

3.1.1.2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat tingkat korelasi yang signifikan atau seimbang antara variabel independen dalam model regresi. Jika multikolinieritas antar variabel tinggi maka koefisien regresi variabel independent dapat ditentukan. Artinya nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat (error) (Janir, 2012).

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

	Coefficient	Uncentered	Centered
Variable	Variance	VIF	VIF
C	1.358249	36.95613	NA
Sertifikasi Halal	0.006088	79.37941	2.379792
Kualitas Produk	0.005295	85.52136	2.955647
Harga Produk	0.008263	95.10616	3.460877

Sumber: Data diolah, Eviews 10

Berdasarkan tabel diatas hasil uji Multikolinieritas terdapat pada nilai VIF yaitu 2.379792 untuk sertifikasi halal, nilai VIF 2.955647 adalah kualitas produk dan untuk harga produk nilai VIF pada adalah 3.460877. Dari ketiga variabel tersebut tidak ada gejala Multikolinieritas karena memiliki nilai >10 . Sehingga disimpulkan pada tahapan ini dinyatakan bebas dari multikolinieritas.

3.1.1.3. Uji Autokolerasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk menilai apakah terdapat korelasi antara kesalahan model pada periode tertentu dengan kesalahan pada periode sebelumnya dalam model regresi linier. Dalam penelitian ini, penulis memilih menggunakan uji Breusch-Godfrey karena sesuai dengan sampel yang relatif besar dan tingkat autokorelasinya lebih dari satu (Novia, 2016).

Tabel 4. Hasil Uji Autokolerasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	5.164172	Prob. F(2,94)	0.0740
Obs*R-squared	9.899844	Prob. Chi-Square(2)	0.0751

Sumber: Data diolah, Eviews 10

Berdasarkan tabel diatas maka nilai Prob. Chi-Square(2) sebesar $0,0740 > 0,05$. Maka dapat dikatakan tidak ada gejala autokolerasi.

3.1.1.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah terjadi ketidaksetaraan varian dari residual antar variabel dalam model regresi. Dalam konteks penelitian ini, uji Heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Breusch-Pagan-Godfrey.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	1.871286	Prob. F(3,96)	0.1396
Obs*R-squared	5.524697	Prob. Chi-Square(3)	0.1372
Scaled explained SS	6.347963	Prob. Chi-Square(3)	0.0959

Sumber: Data diolah, Eviews 10

Berdasarkan tabel diatas hasilkan bahwa nilai probabilitinya adalah $0,1396 > 0,05$. Sehingga disimpulkan tidak ada gejala Heteroskedastisitas dalam model ini.

3.1.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh Sertifikasi Halal (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga Produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta.

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.303935	1.165440	1.976881	0.0509
Sertifikasi Halal	0.394298	0.078026	5.053389	0.0000
Kualitas Produk	0.102889	0.072765	1.413986	0.1606
Harga Produk	0.388898	0.090900	4.278288	0.0000

Sumber: Data diolah, Eviews 10

Hasil dari persamaan regresi dapat di interpretasinya sebagai berikut:

$$Y = 2.303935 + 0.394298X_1 + 0.102889X_2 + 0.388898X_3$$

- Nilai koefisien konstanta sebesar 2.303935 memiliki arti bahwa jika variable sertifikasi halal meningkat 1unit sehingga keputusan pembelian meningkat sebesar 2.303935.
- Nilai koefisien Sertifikasi Halal sebesar 0.394298 memiliki arti bahwa jika variable sertifikasi halal meningkat 1unit sehingga keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.394298.
- Nilai koefisien Kualitas Produk sebesar 0.102889 memiliki arti bahwa jika variable Proses Produksi

meningkat 1 unit sehingga keputusan pembelian meningkat sebesar 0.102889.

- d. Nilai koefisien Harga Produk sebesar 0.388898 memiliki arti bahwa jika variable Bahan Baku meningkat 1 unit sehingga keputusan pembelian meningkat sebesar 0.388898.

3.1.3. Pengujian Hipotesis

3.1.3.1. Uji Persial (Uji t)

Uji t Uji persial atau uji T adalah pengujian yang dilakukan terhadap variable independent untuk mengidentifikasi pengaruh yang dihasilkan masing masing variable independent. Adapun dalam penelitian ini, penulis hanya memfokuskan pada parameter slope yaitu uji t (Hidayat, 2018).

Tabel 7. Hasil Uji Persial

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.303935	1.165440	1.976881	0.0509
Sertifikasi Halal	0.394298	0.078026	5.053389	0.0000
Kualitas Produk	0.102889	0.072765	1.413986	0.1606
Harga Produk	0.388898	0.090900	4.278288	0.0000

Sumber: Data diolah, Eviews 10

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai t-hitung sebagai berikut:

- a. Pengaruh Sertifikasi Halal (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) terhadap produk makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta adalah positif dan signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas t sebesar $0,0000 < 0,05$. (H1 diterima).
- b. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) terhadap produk makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta adalah tidak positif dan tidak signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas t yang tidak signifikan sebesar $0,1606 > 0,05$. (H2 ditolak).
- c. Pengaruh Harga Produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) terhadap produk makanan dan minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta adalah t positif dan signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas t yang signifikan sebesar $0,0000 < 0,05$. (H1 diterima).

3.1.3.2. Uji Simultan (Uji f)

Uji F adalah tahapan uji analisis terhadap model untuk mengetahui apakah model regresi tersebut layak atau tidak (Hidayat, 2018).

Tabel 8. Hasil Uji Simultan

Prob (F-statistic)	0.000000
--------------------	----------

Sumber: Data diolah, Eviews 10

Berdasarkan tabel diatas Untuk hasil uji F dengan melihat nilai prob (F-Statistik) adalah sebesar $0.00000 < 0,05$. Maka model regresi dalam penelitian ini layak digunakan.

3.1.3.3. Koefisien Determinasi (R2)

Nilai koefisien dapat diukur dengan melihat R-squared atau nilai Adjusted R-squared. Pada penelitian ini penulis mengambil nilai dari Adjusted R-squared karena memiliki lebih dari satu variabel.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (R2)

R-squared	0.744431	Mean dependent var	21.12000
Adjusted R-squared	0.736444	S.D. dependent var	3.734307

Sumber: Data diolah, Eviews 10

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai Adjusted R-squared yaitu 0.736444. Yang dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terkait sebesar 73.64%.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh Sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta

Keberadaan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman memiliki signifikansi penting karena memberikan jaminan kepada konsumen. Sertifikasi ini menjamin keamanan dan kebersihan produk, memberikan ketenangan kepada konsumen. Permintaan konsumen untuk produk halal juga dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka, dengan memprioritaskan produk yang terdapat label halal pada kemasannya (Akinnibi, 2023).

Hasil penelitian yang telah dilakukan, Sertifikasi Halal (X1) berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) atas produk makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta dengan nilai prob t sebesar $0,0000 < 0,05$. (H1 diterima).

Dapat dilihat dari hasil penelitian diatas bahwasanya kehalalan suatu produk adalah hal yang utama untuk seorang muslim. Karena bagaimanapun suatu produk dapat dipercaya kehalalannya dilihat dari logo halal dalam produk tersebut dan logo halal hanya bisa didapatkan atas persetujuan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Meskipun sebagian konsumen

Rocket Chicken mungkin tidak begitu memprioritaskan sertifikasi halal dalam memilih produk makanan dan minuman, namun dari perspektif pelaku usaha, penting untuk tetap memberikan prioritas pada produk yang sudah bersertifikasi halal demi kebaikan bersama.

3.2.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta

Dalam hal ini mengacu pada berbagai aspek yang memengaruhi keseluruhan kualitas produk makanan dan minuman yang ditawarkan di Rocket Chicken cabang Yogyakarta. Ini bisa termasuk rasa, ketersediaan, presentasi, konsistensi, kebersihan, dan berbagai atribut lain yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas. Mengacu pada keputusan yang diambil oleh konsumen dalam membeli produk makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta.

Ini meliputi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti preferensi rasa, harga, promosi, pengalaman sebelumnya, dan persepsi konsumen tentang nilai produk. Dari hasil penelitian kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pembelian keputusan (Y) atas produk makanan dan minuman UMKM dengan nilai prob t sebesar $0,1606 > 0,05$. (H2 ditolak).

Walaupun kualitas produk tidak memiliki dampak signifikan secara statistik terhadap minat beli konsumen, temuan ini tidak mengabaikan pentingnya aspek tersebut. Meskipun konsumen mungkin tidak secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk Rocket Chicken dalam keputusan pembelian mereka, hal ini tidak meniadakan fakta bahwa kualitas produk tetap menjadi faktor penting. Oleh karena itu, UMKM seperti Rocket Chicken perlu terus mempertimbangkan dan meningkatkan kualitas produk mereka. Kualitas produk yang baik dapat memberikan pengaruh positif terhadap citra merek, kepuasan pelanggan jangka panjang, dan membentuk loyalitas pelanggan.

3.2.3. Pengaruh Harga Produk terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta

Dalam konsep kehalalan suatu produk faktor yang paling utama adalah harga yang ditawarkan dalam produk tersebut. Akan tetapi kehalalan harga produk yang digunakan pada suatu produk tidak

sepenuhnya menjamin. Maka kita harus mengetahui dan melihat komposisi yang tertera pada label suatu produk. Dengan menawarkan harga produk akan menjamin bahwa produk tersebut berkualitas sehingga dapat menarik keputusan pembelian produk makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta.

Dalam penelitian ini Harga Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) atas produk makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta. dengan nilai prob t sebesar $0,0000 < 0,05$. (H1 diterima). Hal ini bisa saja terjadi karena produk makanan dan minuman di Rocket Chicken di cabang Yogyakarta. Sesuai dengan nilai yang diberikan kepada konsumen.

4. KESIMPULAN

- a. Pengaruh Sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta memiliki pengaruh positif dan signifikan. Karena konsumen cenderung mencari produk dengan label halal yang memberikan jaminan keamanan dan kebersihan. Meskipun ada beberapa konsumen Rocket Chicken cabang Yogyakarta yang tidak terlalu memprioritaskan sertifikasi halal, pelaku usaha tetap perlu mengutamakan produk halal untuk kepentingan bersama.
- b. Pengaruh kualitas Produk terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta memiliki pengaruh tidak positif dan tidak signifikan. Karena, kurangnya transparansi bahwasanya kualitas produk yang di produksi sudah aman atau tidak karena, penting untuk memastikan produk tersebut memenuhi syarat sertifikasi halal. Rocket Chicken cabang Yogyakarta dapat memanfaatkan keunikan budaya dan tradisi lokal dalam proses produksi untuk menarik keputusan pembelian konsumen membeli produk makanan dan minuman halal di Rocket Chicken cabang Yogyakarta.
- c. Pengaruh Harga Produk terhadap keputusan pembelian atas makanan dan minuman di Rocket Chicken cabang Yogyakarta berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan harga yang terjangkau dengan variasi makanan dan minuman yang ditawarkan menjadi pengaruh keputusan pembelian makanan dan minuman halal di Rocket Chicken cabang Yogyakarta.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, Alhamdulillah segala puji atas kehadiran Allah SWT karena atas izin dan Rahmat-Nya, tim peneliti kami dapat mentuntaskan artikel penelitian ini dengan sangat baik. Kami juga mengucapkan banyak terimakasih kepada Dosen Industri Halal Ekonomi Syariah dan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta yang telah mensupport kami, semoga kedepan akan lebih jauh baik lagi perihal penulisan artikel penelitian selanjutnya.

6. REFERENSI

- Akbar, A. A., Imran, U. D., & Ngandoh, A. M. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Cotomangkasara Di Makassar. *Jurnal Malomo: Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 326–337.
- Anggita, R., & Ali, H. (2016). *Scholars Bulletin The Influence of Administrative Zakat Infaq and Sadaqoh Funds to Population Poor (A case study Jambi city year 2011-2016)*. 239–244. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Anwar Hidayat. (2018). *uji T dan Uji F*. <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>
- Arifin, R. (2020). Legal Analysis of Halal Product Guarantee for Development of Small and Medium Enterprises (SMEs) Business in Indonesia. *Jurnal Hukum Islam*, 18(1), 121–136. <https://doi.org/10.28918/jhi.v18i1.2693>
- Arum Janir, D. N. (2012). Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan spss. In *Semarang University Press* (Issue April 2012).
- Felix Akinnibi. (2023). *Halal Certification: Why It Matters For Consumers And Businesses*. <https://cowrywise.com/blog/halal-certification/>
- Ilyas, M. (2017). Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat Certification and Labeling Halal Products of Maslahat Perspective. *Al-Qadau*, 357–376.
- Jaiyeoba, H. B., Abdullah, M. A., & Dzuljastri, A. R. (2020). Halal certification mark, brand quality, and awareness: Do they influence buying decisions of Nigerian consumers? *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1657–1670. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0155>
- Muzakki, fauzan ra'if. (2020). Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Terhadap Kesehatan Dalam Al-Qur'an (Analisis Kajian Tafsir Tematik). *Skripsi*, 1, 1–89. <https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/370/>
- Novia, A. D. (2016). Analisis Perbandingan Uji Autokorelasi Durbin- Watson dan Breusch - Godfrey. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 81.
- Pandu Biasramadhan. (2023). *The halal industry: trends and future prospects in Indonesia*. <https://indonesia.incorp.asia/blogs/halal-industry-indonesia/>
- Pradina, I., & Rohim, A. N. (2022). the Effect of Halal Label Product Quality and Service Quality on Purchase Decisions. *International Journal of Business Reflections*, 3(2), 172–199. <https://doi.org/10.56249/ijbr.03.01.33>
- S. Purnamasari, Kurniaty, Norfitriana, Zakiyah, & Rozak, P. (2022). Positioning Analysis of Chicken Rocket Mapping at Fast Food Restaurant Manarap Branch Banjarmasin. *EAJMR: East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.54259/eajmr.v1i1.446>
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/bRFTEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Siti Nur Azizah. (2023). *Towards Halal*. <https://books.google.co.id/books?id=zGimEAAQBAJ>
- Tala, O., & Karamoy, H. (2017). Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Accountability*, 6(1), 57. <https://doi.org/10.32400/ja.16027.6.1.2017.57-64>
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohadhi, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.