

Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamur Aslamiyah Desa Sengkati Baru

Maulana Yusuf¹, Fitri Yanti², Firman Syah Noor³

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

maulanayusuf@uinjambi.ac.id, fitriyanti15oke@gmail.com,

firmansyahnoor@uinjambi.ac.id

ABSTRACT.

This study was conducted to evaluate the influence of halal labeling and product quality on consumer behavior in purchasing Aslamiyah mushrooms in Sengkati Baru Village, Batang Hari Regency. Using a descriptive quantitative research design, this study involved 53 respondents selected as a sample based on the Slovin formula. The primary data collection instrument, a questionnaire, was analyzed using multiple linear regression techniques with the assistance of SPSS software. The findings revealed that, independently, the halal labeling variable had a significant influence on purchasing decisions, while the product quality factor did not show a significant influence when analyzed in isolation. However, the results of the simultaneous test prove that both factors together make a positive and significant contribution to consumer purchasing behavior. This indicates that while the aspect of religiosity through halal certification is a top priority for Muslim consumers in building trust, the integration of clear labeling and improved quality remains crucial. Therefore, manufacturers are advised to maintain the credibility of halal certification and continue to optimize product quality to strengthen customer loyalty and competitive advantage in an increasingly competitive market.

Keywords: *Halal Label; Product Quality; Purchase Decision; Aslamiyah Mushrooms*

ABSTRAK.

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh labelisasi halal dan mutu produk terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian jamur Aslamiyah di Desa Sengkati Baru, Kabupaten Batang Hari. Menggunakan desain penelitian kuantitatif deskriptif, studi ini melibatkan 53 responden sebagai sampel yang dipilih berdasarkan formula Slovin. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner primer diolah melalui teknik regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa secara mandiri, variabel label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara faktor kualitas produk tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial. Meski demikian, hasil uji secara simultan membuktikan bahwa kedua faktor tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap tindakan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun aspek religiositas melalui sertifikasi halal menjadi prioritas utama bagi konsumen muslim dalam membangun kepercayaan, integrasi antara kejelasan label dan peningkatan kualitas tetap krusial. Oleh karena itu, produsen disarankan untuk mempertahankan kredibilitas sertifikasi halal serta terus mengoptimalkan mutu produk demi memperkuat loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: *Label Halal; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian; Jamur Aslamiyah*

PENDAHULUAN

Arus globalisasi telah menciptakan iklim persaingan yang kompetitif, sehingga pemahaman mendalam mengenai kebutuhan pelanggan menjadi kunci keberlanjutan usaha (Ristiana et al., 2025). Di sisi lain, perilaku belanja konsumen Muslim dipandu oleh prinsip syariah, di mana keputusan membeli merupakan bagian dari ketaatan agama yang menuntut produk berkualitas dan terjamin kehalalannya. Fenomena fluktuasi minat beli yang dipengaruhi oleh atribut halal dan mutu barang ini tercermin secara nyata pada data penjualan unit usaha Jamur Aslamiyah di Desa Sengkati Baru selama periode 2024.

Sejumlah riset terdahulu telah mengkaji keterkaitan antara strategi pemasaran berbasis nilai Islam dan mutu produk bersertifikasi halal. Dalam konteks ini, Ristiana et al. (2025) mengungkapkan bahwa keberadaan label halal memegang peranan vital dalam mendorong antusiasme konsumen terhadap produk pangan, di mana standar kualitas barang menjadi elemen penentu utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Bagi masyarakat Muslim, aspek kehalalan dan kemurnian sebuah produk merupakan syarat mutlak yang selaras dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Satria, 2021). Merujuk pada ketentuan agama, setiap penganut agama Islam memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa segala sesuatu yang mereka konsumsi bersifat *halalan thoyyiban*—baik dari segi bahan baku maupun proses pengolahannya—tanpa memandang bentuk kemasan atau label yang tertera. Landasan teologis mengenai keharusan mengonsumsi produk yang suci dan layak ini ditegaskan dalam Al-Qur'an, khususnya melalui QS. Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

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

Terjemahannya : “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”. (Tim Penerjemah Kementerian Agama, 2019)

Berdasarkan temuan (Harahap et al., 2018), variabel lokasi dan efisiensi biaya sering kali menjadi pertimbangan utama pembeli di atas pencantuman label halal. Kurangnya edukasi mengenai literasi halal menyebabkan masyarakat cenderung bersifat superfisial dalam memvalidasi keaslian logo halal pada produk. Terkait hal tersebut, Jamur Aslamiyah saat ini menghadapi kekosongan data ilmiah yang akurat untuk mengidentifikasi apakah determinan utama pembelian konsumen mereka berakar pada aspek kehalalan, kualitas produk, atau justru sinergi keduanya.

Pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Jamur Aslamiyah di Desa Sengkati Baru, Kabupaten Batanghari, dikaji dan dibuktikan secara empiris dalam penelitian ini. Analisis yang dilakukan mencakup pengujian secara parsial maupun simultan guna memahami sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi perilaku konsumen (Nur et al., 2026).

TINJAUAN LITERATUR

Metode deskriptif kuantitatif dipilih sebagai kerangka kerja dalam penelitian ini. Riset kuantitatif pada dasarnya adalah proses investigasi ilmiah yang terstruktur untuk memahami komponen-komponen tertentu dan fenomena, sekaligus mengeksplorasi hubungan yang terbentuk di dalamnya (Muftiyanto, 2024).

Data kuantitatif didefinisikan sebagai jenis data yang dianalisis melalui prosedur statistika sehingga menghasilkan output berupa angka-angka (Sahir, 2021). Peneliti menerapkan pendekatan ini untuk memastikan temuan penelitian dinyatakan secara terukur dan sistematis.

Sumber Penelitian

Penelitian ini menggabungkan dua jenis sumber data, yakni data primer dan data sekunder, dengan rincian sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan informasi orisinal yang diperoleh peneliti secara langsung dari subjek di lapangan melalui teknik observasi, eksperimen, wawancara, maupun kuesioner (Nengsih et al., 2022). Dalam konteks studi ini, data primer merujuk pada umpan balik atau respons yang diberikan oleh responden saat menjawab serangkaian pertanyaan dalam survei dan sesi wawancara. Karena sifatnya yang masih murni dan belum melalui proses pengolahan sebelumnya, data ini dianggap sebagai bukti autentik dari sumber pertama.

b. Data Sekunder

Data sekunder mencakup informasi yang sebelumnya telah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Kasmir, 2022). Sumber data ini umumnya berbentuk dokumentasi, arsip historis, atau laporan resmi yang tersedia baik di instansi publik maupun organisasi swasta. Peneliti memanfaatkan data ini untuk mendukung analisis melalui bukti-bukti tertulis yang sudah ada sebelumnya.

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Melalui skema observasi, peneliti melakukan tinjauan lapangan untuk menganalisis masalah berdasarkan fenomena yang teramati secara langsung. Merujuk pada literatur (Arikunto, 2016), metode ini diintegrasikan dengan teknik kuesioner atau wawancara dan dikaitkan dengan kerangka teoretis yang ada.

b. Angket (kuesioner)

Instrumen pengumpulan data yang dipilih adalah kuesioner, yang merujuk pada pemberian pertanyaan tertulis kepada subjek penelitian (Sugiyono, 2013). Evaluasi jawaban responden diukur menggunakan model skala Likert lima tingkat (1-5). Variasi skor pada setiap pernyataan ditentukan berdasarkan kriteria berikut ini.

c. Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi, peneliti memanfaatkan sumber informasi sekunder seperti catatan arsip, literatur, serta rekaman elektronik (video/foto) sebagai basis data. Proses ini difungsikan untuk membedah sumber-sumber yang telah terdokumentasi guna memperoleh temuan yang selaras dengan subjek telaah yang sedang diteliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melibatkan pemeriksaan data angka dan pembahasan hasil melalui prosedur statistik berdasarkan umpan balik responden pada kuesioner. Dalam penelitian ini, teknik statistik yang diterapkan adalah:

Pengujian Instrumen

Dalam studi ini, analisis regresi linier berganda diterapkan sebagai instrumen statistik utama untuk mengidentifikasi hubungan serta membandingkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat guna menarik kesimpulan penelitian.

a. Pengujian Normalitas

Prosedur ini dilakukan untuk memverifikasi apakah distribusi data pada variabel dependen, independen, ataupun keduanya telah mengikuti pola distribusi normal atau teratur.

b. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji ini berfungsi untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Karakteristik model yang ideal adalah yang bersifat homoskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas dianggap tidak terjadi apabila pada grafik tidak ditemukan pola tertentu yang konsisten, serta titik-titik data tersebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

c. Pengujian Multikolinieritas

Tujuan utama dari pengujian ini adalah untuk memastikan tidak adanya korelasi yang terlalu kuat atau sempurna antarvariabel independen dalam model. Munculnya hubungan linier yang signifikan antarvariabel bebas menandakan adanya gangguan multikolinieritas. Indikasi multikolinieritas ditemukan jika angka Variance Inflation Factor (VIF) melampaui 10 dan/atau nilai *tolerance* berada di atas 0,01. Sebaliknya, model dinyatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* di bawah 0,01.

Uji Validitas dan Realibilitas

Pengujian terhadap kualitas instrumen dalam penelitian ini mencakup dua aspek utama, yaitu:

a. Uji Validitas

Validitas merepresentasikan sejauh mana sebuah instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur secara akurat. Instrumen dinyatakan memiliki kualitas yang baik apabila derajat kevalidannya berada pada level yang tinggi (Arikunto, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan erat dengan aspek konsistensi dan stabilitas suatu alat ukur. Sebuah instrumen dianggap reliabel jika tetap memberikan hasil yang serupa meskipun digunakan berulang kali dalam durasi waktu yang berbeda (Abdullah et al., 2021).

Prosedur Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis ini diaplikasikan untuk membedah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, Label Halal (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) diposisikan sebagai variabel independen, sementara Keputusan Pembelian (Y) bertindak sebagai variabel dependen. Seluruh proses pengolahan data untuk memprediksi nilai variabel dependen tersebut dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS.

Uji Hipotesis

Hipotesis merepresentasikan jawaban atau dugaan sementara atas permasalahan penelitian yang kebenarannya masih perlu dibuktikan secara empiris. Dalam studi ini, rangkaian pengujian hipotesis yang diterapkan adalah sebagai berikut:

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan sebagai instrumen untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh parsial dari faktor-faktor bebas terhadap variabel terikat. Peneliti menerapkan pengujian ini untuk memvalidasi apakah variabel Label Halal (X_1) serta Kualitas Produk (X_2) secara mandiri memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan Pembelian (Y). Hasil perhitungan uji t tersebut bersumber dari output koefisien regresi linier berganda, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

a) Perumusan Hipotesis Statistik

- Hipotesis Nol (H_0): Diasumsikan bahwa $b_1 = 0$, yang mengindikasikan ketidakhadiran pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- Hipotesis Alternatif (H_a): Diasumsikan bahwa $b_1 \neq 0$, yang berarti terdapat pengaruh nyata dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

b) Identifikasi Nilai t-Hitung dan t-Tabel (Kritis)

- t-Hitung: Nilai ini diperoleh secara langsung melalui ringkasan data pada kolom *Coefficients* di hasil *output* pengolahan data (seperti SPSS atau perangkat lunak statistik lainnya).

- t-Kritis: Nilai referensi ini ditentukan dengan melihat tabel distribusi statistik. Penentuannya didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05 serta derajat bebas (*degree of freedom*) yang dihitung menggunakan rumus $df = n - k - 1$.
- c) Pengambilan Keputusan
 - Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka diputuskan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
 - Sebaliknya, jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan yang dihasilkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen.

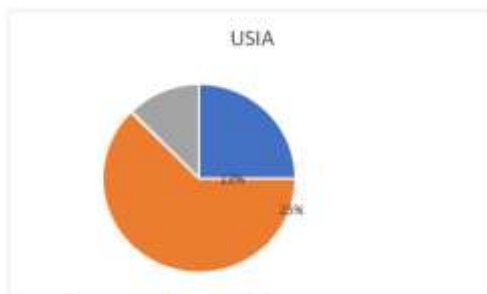
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Guna memastikan data hasil penelitian dapat dipahami dengan mudah dan instan oleh pembaca sesuai dengan prinsip penyajian data, peneliti mengimplementasikan diagram batang dalam memaparkan temuan yang ada.

a. Hasil Analisis Berdasarkan Tingkat Usia

Karakteristik responden dalam studi ini ditentukan melalui beberapa aspek, termasuk faktor usia. Penjelasan di bawah ini memaparkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner jika ditinjau dari sudut pandang umur peserta.



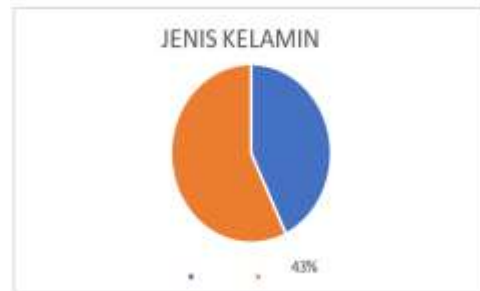
Gambar 1 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Usia

Sumber : Dokumentasi Fitri Yanti, 2025

Data dari 53 responden mengungkapkan bahwa mayoritas penikmat Jamur Aslamiyah berasal dari kalangan usia 21–30 tahun dengan angka 62%. Adapun survei ini mencakup tiga segmentasi umur responden, yang meliputi kelompok 17–20 tahun, 21–30 tahun, serta 31–50 tahun.

b. Hasil Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu elemen dalam profil identitas responden pada penelitian ini. Berikut dipaparkan uraian data yang diperoleh dari hasil kuesioner jika ditinjau dari kategori jenis kelamin tersebut.



Gambar 2 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Dokumentasi Fitri Yanti, 2025

Hasil penelitian terhadap 53 responden mengungkapkan bahwa produk Jamur Aslamiyah lebih populer di kalangan perempuan (57% atau 31 orang) dibandingkan laki-laki (43% atau 22 orang). Dominasi ini dipicu oleh besarnya pengaruh perempuan dalam mengatur konsumsi keluarga. Hal ini dikarenakan perempuan umumnya lebih berhati-hati dalam mengevaluasi standar kebersihan, kehalalan, serta mutu produk pangan sebelum memutuskan untuk membelinya (Kotler & Keller, 2016).

Hasil Uji Validitas

Validitas merupakan parameter yang menunjukkan efektivitas sebuah kuesioner dalam merepresentasikan variabel yang diteliti secara akurat. Dalam praktiknya, pengujian ini diukur melalui teknik korelasi, di mana nilai pada setiap item pertanyaan dihubungkan dengan akumulasi skor total responden.

Tabel di bawah ini memaparkan hasil pengolahan data untuk menguji kelayakan instrumen penelitian. Analisis ini melibatkan 53 responden sebagai sampel untuk mengidentifikasi status validitas dari setiap butir pernyataan yang diajukan.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Sumber : Data diolah dengan SPSS 24, 2025

NO	KODE VARIABEL		R HITUNG	R TABEL	KET
1.	Label Halal (X1)	X1.1	0,944	0,2656	Valid
		X1.2	0.904	0,2656	Valid
		X1.3	0,871	0,2656	Valid
		X1.4	0,921	0,2656	Valid
		X1.5	0,881	0,2656	Valid
		X1.6	0,759	0,2656	Valid
		X1.7	0,827	0,2656	Valid
		X1.8	0,838	0,2656	Valid
		X1.9	0,804	0,2656	Valid
		X1.10	0,805	0,2656	Valid

2.	Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,564	0,2656	Valid
		X2.2	0,570	0,2656	Valid
		X2.3	0,539	0,2656	Valid
		X2.4	0,630	0,2656	Valid
		X2.5	0,481	0,2656	Valid
		X2.6	0,678	0,2656	Valid
		X2.7	0,683	0,2656	Valid
		X2.8	0,709	0,2656	Valid
		X2.9	0,648	0,2656	Valid
		X2.10	0,775	0,2656	Valid
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,595	0,2656	Valid
		Y.2	0,550	0,2656	Valid
		Y.3	0,572	0,2656	Valid
		Y.4	0,656	0,2656	Valid
		Y.5	0,622	0,2656	Valid
		Y.6	0,570	0,2656	Valid
		Y.7	0,551	0,2656	Valid
		Y.8	0,606	0,2656	Valid
		Y.9	0,561	0,2656	Valid
		Y.10	0,576	0,2656	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel label halal, kualitas produk, dan keputusan pembelian dinyatakan valid. Keabsahan ini dibuktikan melalui perolehan koefisien R hitung yang secara konsisten lebih tinggi daripada nilai R tabel pada masing-masing indikator.

Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi instrumen penelitian saat digunakan secara berulang pada fenomena yang serupa. Sebuah alat ukur dinyatakan memenuhi kriteria keandalan jika nilai koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6. Adapun rincian data hasil pengujian reliabilitas tersebut dipaparkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Sumber : Data primer diolah, 2025

CRONBACH'S ALPHA	N OF ITEMS	KETERANGAN
0,972	30	RELIABEL

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa 30 pernyataan dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha diatas 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh

item yang digunakan untuk mengukur setiap variabel pada kuesioner bersifat reliabel. Dengan demikian, kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai instrumen yang baik.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Jamur Aslamiyah di Desa Sengkati Baru Kabupaten Batang Hari, Pengujian persyaratan analisis klasik dasar regresi yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel-variabel yang terlihat di dalamnya memenuhi kualifikasi persyaratan dan asumsi klasik tersebut. Penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikansi model dan interpretasi model regresi. Hasil pengujian regresi linier berganda terangkum sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Alenier Berganda

Sumber: Data diolah dengan SPSS 24, 2025

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	20.099	6.515		3.085	.003
X1	.387	.138	.359	.2.812	.007
X2	.165	.098	.214	.1.681	.099
a. Dependent Variable: Y					

Hasil uji analisis regresi linear berganda pada tabel diatas, dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 20.099 - 0,387 X_1 + 0,165 X_2$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian a = koefisien Konstanta

b₁ = koefisien regresi label halal

b₂ = Koefisien Regresi kualitas produk

X₁ = label halal

X₂ = kualitas produk

e = Error

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 20,099 menunjukkan bahwa apabila variabel label halal (X1) dan kualitas produk (X2) bernilai nol, maka keputusan pembelian (Y) diperkirakan sebesar 20,099.
- Nilai koefisien label halal (X1) sebesar (0,387) ini mengindikasi bahwa setiap peningkatan 1 satuan persepsi konsumen terhadap label halal akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,387, dengan asumsi kualitas produk tetap. Hal ini menunjukkan bahwa label halal tidak menjadi faktor utama pendorong keputusan pembelian.
- Nilai koefisien keputusan pembelian (X2) sebesar 0,165 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,165 dengan asumsi label halal tetap. Hal ini berarti kualitas produk berpengaruh searah dan mendukung peningkatan keputusan pembelian.

Hasil Uji t (Persial)

Uji t digunakan untuk mengetahui secara parsial apakah masing- masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Nilai t tabel dihitung dengan rumus berikut:

$$ttabel = (\alpha/2; n-k-1) = (0,05/2; 53-2-1) = (0,025; 53)$$

$$ttabel = 1,674$$

keterangan : n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

$\alpha = 0,05$ = tingkat kepercayaan = 95%

Tabel 4 Hasil Uji T

Sumber: Data primer diolah, 2025

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.099	6.515		3.085	.003
	X1	.387	.138	.359	.2812	.007
	X2	.165	.098	.214	.1681	.099

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa:

- a. Berdasarkan tabel coefficients diperoleh nilai t hitung sebesar 2,812 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,007. Karena nilai signifikansi $0,007 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa label halal (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap label halal, maka semakin tinggi keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Label Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian diterima.
- b. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 1,681 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,099. Karena nilai signifikansi $0,099 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditola. Dengan demikian, kualitas produk (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa konsumen cenderung lebih mempertimbangkan aspek religius (kehalalan) dibandingkan aspek fungsional seperti rasa, daya tahan, atau kemasan produk. Kondisi ini dimungkinkan karena produk makanan yang sudah berlabel halal dianggap otomatis memiliki standar kualitas tertentu yang layak konsumsi.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan penelitian, label halal diidentifikasi sebagai penentu utama yang paling mendominasi keputusan konsumen dalam membeli produk Jamur Asamiah. Meskipun kualitas produk tetap memiliki urgensi tersendiri, variabel ini hanya memegang peranan sekunder.

Hal ini mengindikasikan bahwa aspek kualitas—seperti cita rasa, standar higienitas, serta masa simpan—berfungsi sebagai elemen pendukung yang memperkuat niat beli pelanggan setelah prasyarat utama mengenai kepastian kehalalan produk telah terpenuhi. Dengan kata lain, keyakinan konsumen terhadap aspek religius produk menjadi fondasi awal sebelum mereka mempertimbangkan keunggulan fisik produk tersebut.

a. Pengaruh Sertifikasi Halal (X1) Terhadap Pemilihan Produk Jamur Aslamiah di Desa Sengkati Baru, Kabupaten Batanghari

Sertifikasi atau label halal merupakan instrumen resmi yang memvalidasi bahwa sebuah komoditas telah sesuai dengan prinsip syariat Islam, mulai dari komponen bahan, alur produksi, hingga tahap penyaluran. Elemen eksternal seperti kemasan atau label yang tercantum pada produk memiliki kapasitas untuk mengarahkan pandangan serta pilihan konsumen saat bertransaksi (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks ini, keberadaan label halal memegang peran krusial sebagai bentuk garansi kehalalan yang mampu memperkuat keyakinan konsumen muslim terhadap produk yang dikonsumsi.

Data empiris dalam studi ini mengonfirmasi bahwa label halal memiliki impresi yang nyata terhadap keputusan masyarakat dalam membeli jamur Aslamiyah. Hal ini dibuktikan melalui perolehan nilai t hitung sebesar 2,812 dengan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$. Temuan tersebut menegaskan bahwa label halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ketaatan pada nilai-nilai religius, tetapi juga menjadi variabel penentu dalam perilaku konsumsi. Label halal yang transparan dan valid berfungsi sebagai indikator legalitas sekaligus tolok ukur mutu serta keamanan produk yang menjadi prioritas bagi para pembeli.

b. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Preferensi Pembelian Jamur Aslamiyah di Desa Sengkati Baru, Kabupaten Batanghari

Secara teoritis, kualitas produk didefinisikan sebagai kapasitas suatu barang dalam menjawab ekspektasi serta keperluan pengguna, yang mencakup dimensi ketahanan, reliabilitas, estetika, hingga kecocokan dengan harapan pembeli (Kotler & Keller, 2016). Mutu yang unggul lazimnya berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Terkait komoditas jamur Aslamiyah, indikator kualitas diukur melalui aspek higienitas kemasan, tingkat kesegaran fisik jamur, serta masa simpan pasca-panen.

Akan tetapi, temuan riset melalui uji parsial mengungkapkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang bermakna secara statistik terhadap keputusan konsumen dalam membeli jamur Aslamiyah. Fakta ini diperkuat dengan perolehan nilai t hitung sebesar 1,681 dengan angka signifikansi 0,099, yang berada di atas ambang batas 0,05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sekalipun jamur Aslamiyah memiliki standar kualitas yang memadai, variabel ini bukan merupakan determinan utama bagi konsumen saat bertransaksi. Fenomena ini diduga muncul karena adanya persepsi homogenitas kualitas di pasar; konsumen menganggap mutu jamur yang tersedia cenderung serupa, sehingga pilihan beralih pada faktor di luar kualitas, seperti keterjangkauan harga, aksesibilitas produk, maupun pengaruh testimoni dari lingkungan sekitar.

c. Pengaruh Kolektif Sertifikasi Halal dan Mutu Produk terhadap Ketetapan Membeli Jamur Aslamiyah di Desa Sengkati Baru, Kabupaten Batang Hari

Berdasarkan hasil uji statistik secara serentak, ditemukan bahwa variabel label halal (X1) serta kualitas produk (X2) memiliki kontribusi signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli jamur Aslamiyah. Bukti empiris menunjukkan angka F hitung sebesar 7,613, yang mana nilai ini lebih besar dari F tabel yaitu 3,18. Selain itu, tingkat signifikansi tercatat pada 0,001 (di bawah ambang batas 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai pengaruh simultan dari kedua variabel tersebut dinyatakan sah atau diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis mengenai dampak Label Halal serta Kualitas Produk terhadap perilaku konsumen Jamur Aslamiyah di Desa Sengkati Baru, bahwa Variabel label halal terbukti memiliki kontribusi positif dan bermakna secara statistik terhadap keputusan konsumen dalam membeli Jamur Aslamiyah di wilayah Desa Sengkati Baru, Kabupaten Batanghari. Temuan ini diperkuat oleh perolehan nilai t hitung sebesar 2,812 dengan tingkat signifikansi 0,007, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Secara parsial, kualitas produk ditemukan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada objek penelitian yang sama. Hal ini didasarkan pada hasil uji statistik yang menunjukkan nilai t hitung hanya sebesar 1,681, dengan angka signifikansi mencapai $0,099 > 0,05$. Apabila diuji secara bersama-sama (simultan), label halal dan kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian Jamur Aslamiyah di Desa Sengkati Baru. Bukti empiris dari uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ serta nilai F hitung $> F$ tabel ($7,613 > 3,18$).

Disarankan bagi pelaku usaha Jamur Aslamiyah untuk memprioritaskan strategi pemasaran berbasis branding halal yang kuat, mengingat variabel ini merupakan pertimbangan utama bagi konsumen di Desa Sengkati Baru. Sementara itu, meskipun kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan, pengelola tetap perlu meningkatkan edukasi mengenai keunggulan produk dan standar mutu agar aspek kualitas dapat menjadi nilai tambah yang lebih kompetitif di masa depan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang mungkin lebih relevan di tingkat lokal, seperti faktor harga atau kedekatan lokasi (aksesibilitas), serta memperluas cakupan wilayah penelitian untuk mendapatkan gambaran perilaku konsumen yang lebih komprehensif di Kabupaten Batanghari.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Azis, M. Y., & Febriana, R. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Zaini.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Harahap, D., Farizal, N., & Nasution, M. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan*. *Tijaroh*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.24952/tijaroh.v4i2.1098>
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Muhtiyanto, R. T. N. (2024). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Bosscript.
- Nengsih, T. A., Arisha, B., & Safitri, Y. (2022). *Statistika Deskriptif dengan Program R*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nur, W., Itsnatani, A., & Fahrullah, A. (2026). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Label Halal Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan*

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 9 (2026) 4006 – 4019 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i9.12018

Pembelian Produk Es Teh Indonesia Pada Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. 8(4), 1667–1684.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v8i4.11128>

Ristiana, R., Maulana, Y., & Habriyanto. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Halal dan Strategi Promosi Islam terhadap Volume Penjualan pada Sentra Industri Dodol Tunas Mandiri Kecamatan Rimbo Bujang. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Dasar*, 5(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.58578/arzusin.v5i5.7339>

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.

Satria, A. D. (2021). Makanan Halal Perspektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) Di Kota Palangka Raya. *Jurnal Studi Islam*, 22(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.23917/profetika.v22i2.16694>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tim Penerjemah Kementerian Agama. (2019). *Terjemahan Al-Quran Kementerian Agama*. Lajnah Pentashih Mushaf Al-Quran.