

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. JURAGAN DIMSUM INDONESIA

Farah Azmi Azizi Alhabshy¹, Akman Daulay², Syamsul Bahri Surbakti³

^{1,2,3} Universitas Al-Azhar

Email: * farahalhabshy42@gmail.com

Abstrack

The purpose of this study is to ascertain how PT. Juragan Dimsum Indonesia customers' decisions to buy are influenced by pricing, product quality, and halal label. This study employed a quantitative descriptive methodology. The data collection techniques are the distribution of questionnaires, interviews and observations. The population of this study is consumers of PT. Juragan Dimsum Indonesia. The number of samples in this study is 96 respondents. The analysis technique uses multiple linear regression. The results of the F test with the value of $F_{cal}(25,032) > F_{table} 2,70$ with a significance of $<0,001$ less than $0,05$ show that the bound variables (price, product quality, and halal label) have a simultaneous effect on the purchase decision at PT. Juragan Dimsum Indonesia. The results of the price t-test had a significant positive effect with a $t_{table} > t_{count} (2,355 > 1,986)$ with a significant $0,021 < 0,05$. Product Quality had significant positive effect on purchasing decisions with $t_{table} > t_{count} value (3,180 > 1,986)$ with a significant $0,002 < 0,05$. Halal labels have a significant effect on purchasing decisions with a $t_{table} > t_{count} value (3,601 > 1,986)$ with a significant $<0,001 < 0,05$. These results show that price variables, product quality, and halal labels have a positive significant effect on purchasing decisions at PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Keywords : Price, Product Quality, Halal Label and Purchasing Decisions

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga, kualitas produk, dan label halal terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian bersifat kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, pembagian kuesioner serta wawancara. Populasi penelitian ini adalah konsumen PT. Juragan Dimsum Indonesia. Jumlah sampel penelitian ini yaitu 96 responden. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji F nilai $F_{hitung} (25,032) > F_{tabel} (2,70)$ dengan signifikansi $<0,001$ lebih kecil dari $0,05$ menunjukkan bahwa variabel terikat (harga, kualitas produk, dan label halal) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia. Hasil uji t harga berpengaruh dengan t_{hitung} lebih besar dari $t_{tabel} (2,355 > 1,986)$ dengan signifikansi $0,021 < 0,05$. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (3,180 > 1,986)$ dengan signifikansi $0,002 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa variabel harga, variabel kualitas produk, dan variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Label Halal dan Keputusan Pembelian

Diterima : 28 Januari 2025

Direvisi : 29 Januari 2025

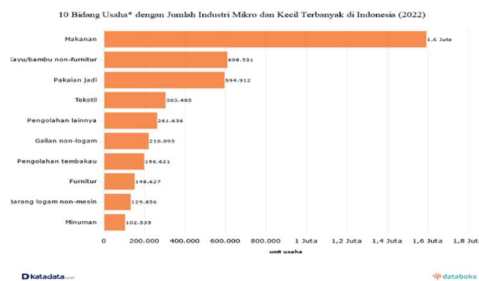
Disetujui : 02 Februari 2025

Pendahuluan

Bisnis saat ini sangat kompetitif di dunia yang berpusat di internet di mana semua bisnis harus dapat memenuhi permintaan pelanggan dan membuat produk unik dan berciri khas yang berbeda dari pesaingnya.

Hal ini memungkinkan untuk munculnya inovasi baru khususnya dalam industri makanan yang berkembang pesat secara drastis setelah covid-19 berakhir. Usaha Industri kuliner seperti makanan merupakan usaha yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia.

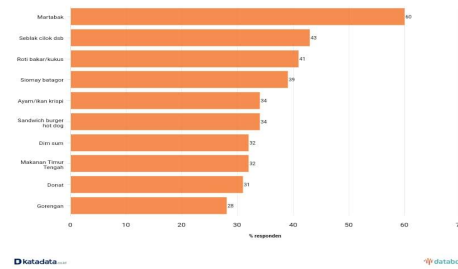
Banyaknya pelaku usaha dalam sektor makanan menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha karena muncul banyak pesaing yang kompetitif dengan harga serta kualitas produknya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usahanya. Bisnis makanan menjadi usaha dengan jumlah paling banyak diminati menurut Databoks dapat dilihat dibawah ini :



Gambar 1. Data 10 bidang usaha dengan jumlah industry umkm terbanyak di Indonesia tahun 2022.

Dapat dilihat pada gambar 1 bahwa Industri umkm makanan di Indonesia pada tahun 2022 menjadi usaha dengan jumlah paling disukai oleh orang Indonesia dengan jumlah sebanyak 1,6 juta pada tahun 2022.

Dampak banyaknya pelaku usaha menimbulkan persaingan di dunia menggunakan harga serta kualitas produknya, semakin banyaknya jumlah pelaku usaha yang sama ataupun mirip di suatu pasar akan meningkatkan persaingan secara ketat. Salah satu makanan yang paling banyak diminati adalah dimsum :



Gambar 2. Data 10 Makanan Paling Banyak Diminati Masyarakat Indonesia Tahun 2021.

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa banyak orang di Indonesia menyukai dimsum karena harganya terjangkau dan rasanya enak, dimsum menjadi urutan 7 dari 10 makanan yang paling di minati di Indonesia. Karena itu ada banyak produsen dimsum di seluruh dunia karena mudah dibawa dan diolah.

Dengan demikian, produsen dimsum menjadi lebih kreatif dalam membuat produk mereka sehingga mereka dapat menguasai pasar, karena makanan yang berasal dari negara non muslim. Dengan 90 persen penduduk Indonesia beragama Islam, akan semakin sulit untuk memilih produk yang diinginkan.

Salah satu merek dimsum di Medan yang viral sekarang ini adalah Juragan Dimsum. Persaingan yang begitu ketat pada industri makanan dimsum tentunya membuat PT. Juragan Dimsum Indonesia untuk memerhatikan harga dimsum di pasaran agar memenuhi ekspektasi konsumen.

Kualitas Produk juga salah satu faktor penentu dimana PT. Juragan Dimsum Indonesia perlu mempertimbangkan beberapa hal seperti, memproduksi bahan pokok dari beberapa penjual. Hal ini bisa menjadi masalah karena, bahan utama produk dibeli dari beberapa supplier daging karena menyangkut kesegaran daging yang akan diolah menjadi produk dimsum maka dari itu perlunya kesepakatan dari mitra yang terpercaya.

Kehalalan juga menjadi hal yang penting bagi perusahaan yang menjual makanan. Tolak ukur suatu Kehalalan tidak dapat diukur dari kepemilikan suatu produk tersebut, namun kehalalan dapat di buktikan

dengan perusahaan mendaftarkan ke Lembaga BPJPH yang disahkan oleh MUI.

Dalam persaingan seperti sekarang ini, PT. Juragan Dimsum Indonesia dituntut untuk menawarkan produk berkualitas, memiliki nilai dan terpercaya yang akan berpengaruh dalam menentukan keputusan calon konsumen. Keputusan konsumen merupakan faktor yang harus di pertimbangkan, karena seluruh strategi yang dipersiapkan akan berakhir pada keputusan konsumen. Keputusan konsumen menjadi acuan untuk memasarkan produknya agar bisa masuk ke pangsa pasar.

Tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku bisnis makanan khususnya dimsum adalah persaingan yang semakin ketat dan tingginya ekspektasi konsumen terhadap kualitas produk dan kepatuhan terhadap aspek kehalalan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi hambatan-hambatan konkret yang dihadapi oleh perusahaan PT. Juragan Dimsum Indonesia dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis memilih penelitian dengan judul : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian PT. Juragan Dimsum Indonesia.**

Hipotesis, menurut (Sugiyono, 2019) berfungsi sebagai solusi sementara untuk masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini.

H1 : Harga secara *parcial* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

H2 : Kualitas produk secara *parcial* berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT. Juragan Dimsum Indonesia.

H3 : Label halal berpengaruh secara *parcial* terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

H4 : Harga, kualitas produk dan label halal berpengaruh secara *simultant* terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Metode

Metode penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan observasi, kuesioner, dan wawancara untuk mengumpulkan data. Jumlah total responden penelitian ini 96 konsumen, karena populasi penelitian tidak terukur. Peneliti menggunakan rumus *Lemeshow*.

Hasil

Untuk menentukan hipotesis Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, yang dimana untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel bebas dan variabel terikat melalui, hubungan *variable* harga, kualitas produk serta label halal terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta		
1 (Constant)	4.464	2.143		2.083	.040
Harga	.242	.103	.217	2.355	.021
Kualitas Produk	.198	.062	.284	3.180	.002
Label Halal	.382	.106	.336	3.601	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan hasil tabel 1 di atas maka, koefisien regresi linear berganda dalam penelitian ini : $Y=4,464 +0,242 (X_1) +0,198 (X_2) +0,382(X_3)+e$.

1. Nilai konstanta (a) bernilai sebesar 4.464 (bernilai positif) yang berarti jika variabel Harga, Kualitas Produk dan Label Halal sama dengan 0 maka, sudah ada pengaruh keputusan pembelian sebesar 4,464%.
2. Koefisien harga sebesar 0,242, bernilai positif, menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi sebesar 24,2% jika variabel harga berubah sebesar 1 dan variabel lainnya tetap.
3. Koefisien nilai kualitas produk sebesar 0,198 bernilai positif, menunjukkan bahwa keputusan pembelian di pengaruh sebesar 19,8%. Jika variabel kualitas produk berubah sebesar 1 dan variabel lainnya bersifat tetap.
4. Koefisien label halal sebesar 0,382, bernilai positif, menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi 38,2%, jika variabel label halal berubah sebesar 1 dan variabel lainnya tetap.

Uji t (parsial) untuk mengukur seberapa besar pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Table 2. Hasil Uji t (Parsial).

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta		
1 (Constant)	4,464	2,143		2,083	.040
Harga	.242	.103	.217	2,355	.021
Kualitas Produk	.198	.062	.284	3,180	.002
Label Halal	.382	.106	.336	3,601	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Adapun Persamaan berikut dapat digunakan untuk menemukan nilai t_{tabel} : $df = n - k = 96 - 4 = 92$. Setelah persamaan ini dihitung, nilai t_{tabel} adalah 1,986.

1. Koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,355 > 1,986$), signifikansi $0,021 < 0,05$, artinya bahwa keputusan pembelian PT. Juragan Dimsum Indonesia dipengaruhi secara positif signifikan oleh harga.
2. Koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,180 > 1,986$), signifikansi $0,002 < 0,05$, artinya bahwa keputusan pembelian PT. Juragan Dimsum Indonesia dipengaruhi secara positif signifikan oleh kualitas produk.
3. Koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,601 > 1,986$), signifikansi $<0,001 < 0,05$, artinya bahwa keputusan pembelian PT. Juragan Dimsum Indonesia dipengaruhi secara positif signifikan oleh label halal.

Uji F (simultan) untuk menilai semua variabel independen dalam model regresi mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan.

Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan).

Model	ANOVA ^a			F	Sig.
	Sum of Squares	df	Mean Square		
1 Regression	141.996	3	47.332	25.032	<.001 ^b
Residual	173.962	92	1.891		
Total	315.958	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Label Halal, Kualitas Produk, Harga

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 3 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 25.032. Dengan F_{tabel} df pembilang = $k=3$; df penyebut= $n-k-1(96-3-1=2,70)$.

Berdasarkan hasil penelitian, uji F menemukan F_{hitung} variabel harga, kualitas produk, dan label halal senilai 25,032, dengan signifikansi $<0,001^b < 0,05$. maka, dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) dipengaruhi secara bersamaan

oleh variabel bebas harga (X_1), kualitas produk (X_2), serta label halal (X_3).

Nilai koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerapkan variasi variabel *dependent*. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1, jadi disarankan untuk menggunakan nilai R^2 memilih model regresi yang sesuai.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 ^a	.449	.431	1.37510

a. Predictors : (Constant) Label Halal, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Penelitian Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4, nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,431, yang menunjukkan bahwa pengaruh harga, kualitas produk, dan label halal terhadap keputusan pembelian sebesar 43,1%. Ini menunjukkan bahwa informasi yang diberikan tidak mencukupi untuk memprediksi variasi variabel terikat (dependen), dan variabel lain yang tidak diteliti memengaruhi bagian yang tersisa.

Diskusi

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Hasil penelitian ini bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,355 > 1,986$) dan signifikan sebesar $0,021 < 0,05$ artinya harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Menurut (Haque, 2020) Harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan pemasukan. Selain itu, harga juga sebagai alat yang dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Lestari et al., 2021) dan (Kesuma et al., 2021) yang menunjukkan bahwa Harga

berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada produk *pattaya corner* kota salatiga.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,180 > 1,986$) dan signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ artinya kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Menurut (Ismunandar et al., 2021) Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Thousani, 2021) dan (Riski, 2022) artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.

Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,601 > 1,986$), signifikansinya sebesar $<0,001^b < 0,05$ artinya Label Halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Menurut (Salsabila, 2023) Label halal adalah pencantuman klaim halal pada kemasan suatu produk agar menunjukkan produk yang dipasarkan adalah produk halal.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Cahaya & Soimaturrohmah, 2021) dan (Kornitasari & Faidah, 2022) yang berarti label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

nilai $F_{tabel} 2,70$ maka dapat diketahui bahwa $F_{hitung} (25.032) > F_{tabel} (2,70)$, serta nilai signifikansinya sebesar $<0,001^b < 0,05$ maka, dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan label halal (X_3)

berpengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Ini berarti bahwa PT. Juragan Dimsum Indonesia jika tetap mempertahankan strategi penjualan harga, menjaga kualitas produknya dengan menggunakan bahan yang berkualitas dan mempertahankan kehalalan terhadap produknya dengan menggunakan bahan bahan yang halal, agar calon konsumen tetap percaya dan tetap membeli dimsum di PT. Juragan Dimsum Indonesia sehingga menjadi pilihan utama dalam menentukan membeli dimsum.

Dengan memenuhi kriteria dan ekpetasi pelanggan dan mampu menjaga kestabilan harga akan mempertahankan konsumen yang lama dan dapat juga menarik konsumen baru melalui rekomendasi dan ulasan positif.

keputusan pembelian adalah proses suatu keputusan dimana, konsumen memutuskan untuk memilih produk diantara berbagai macam pilihan.(Wowor et al., 2021).

Hasil penelitian ini sebelumnya sudah didukung oleh (Lestari et al., 2021), (Kesuma et al., 2021), dan (Kornitasari & Faidah, 2022) bahwa variabel harga, kualitas produk dan label halal secara bersama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

hasil analisis dari pengaruh Harga, kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia, ditarik kesimpulan bahwa :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.
3. Label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.
4. Harga, Kualitas produk dan Label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Juragan Dimsum Indonesia.

Daftar Pustaka

Journal Article:

- Cahaya, Y. F., & Soimaturrohman, S. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Label Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula Sgm. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 161–167. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v16i2.110>
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 161–166.
- Kesuma, M., Fitria, D., & Albab Al Umar, A. U. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.845>
- Kornitasari, Y., & Faidah, A. M. (2022). *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yang Dikonsumsi Setiap Hari*. 01(3), 337–346.
- Lestari, L. A., Apriani, Y., Asnaini, & Kustin. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Frozen Food (Studi di Kota Bengkulu). *J-ALIF Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 6, 18–33.
- Riski, B. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Label Halal, Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim. *Journal of Social and Economics Research*, Vol. 4(1), hal. 45. <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>
- Salsabila, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 04(02), 22–28.
- Thousani, H. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Study Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 86–92. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.218>
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.

Book :

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. (2nd ed.). Alfabet