

Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian obat (studi kasus di Apotek Karunia Sehat Baru, Ungaran)

The influence of halal labels on drug purchasing decisions (case study at Apotek Karunia Sehat Baru, Ungaran)

Chilmia Nurul Fatiha^{1*}, Agustina Sawitri², Rina Mariana U.³

¹Program Studi Sarjana Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Jl. Kaligawe Raya Km. 4, Terboyo Kulon, Kec. Genuk, Kota Semarang, Jawa Tengah 50112 Indonesia

²Apotek Karunia Sehat Baru, Jl. Jenderal Sudirman No.81, Ungaran, Kab. Semarang, Jawa Tengah, 50512 Indonesia

³Program Studi Pendidikan Profesi Apoteker, Fakultas Farmasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Jl. Kaligawe Raya Km. 4, Terboyo Kulon, Kec. Genuk, Kota Semarang, Jawa Tengah 50112 Indonesia

Article Info:

Received: 29-08-2023

Revised: 20-09-2023

Accepted: 29-09-2023

✉ * E-mail Author: chilmia@unissula.ac.id

ABSTRACT

Increased awareness of halal products has led to increased interest in drugs containing thayyib and drugs with halal positioning. This interest is an indirect reflection of the influence of religion on purchasing decisions. In addition, price is an important factor to consider when considering a customer's buying interest. Using a survey technique involving filling out questionnaires at Karunia Sehat Baru Pharmacy Ungaran, the aim of this study was to influence the effect of halal labels and prices on the decision-making processes involved in purchasing medicines. The sampling method is accidental non-random sampling. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of the study show that the results of the t-test partially indicate that the halal label has a significant effect on purchasing decisions; Price also has a significant influence on purchasing decisions regarding medicines. The overall findings from the tests analyzed by the F test simultaneously show that the halal label and price both have a significant influence on the choice of drug to be purchased.

Keywords: price, buying decision, halal label

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran akan produk halal menyebabkan meningkatnya minat terhadap obat dengan kandungan thayyib dan obat dengan positioning halal. Minat ini merupakan cerminan tidak langsung dari pengaruh agama terhadap keputusan pembelian. Selain itu, harga merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan ketika mempertimbangkan minat beli pelanggan. Menggunakan teknik survei yang melibatkan pengisian kuesioner di Apotek Karunia Sehat Baru Ungaran, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh label halal dan harga terhadap proses pengambilan keputusan yang terlibat dalam pembelian obat-obatan. Metode pengambilan sampel yaitu *non-random sampling* jenis *accidental*. Metode analisis yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t secara parsial menunjukkan bahwa pengetahuan label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; persepsi harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian mengenai obat-obatan. Temuan keseluruhan dari pengujian yang dianalisis dengan uji F simultan menunjukkan bahwa pengetahuan label halal dan persepsi harga keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pilihan obat yang akan dibeli.

Kata Kunci: harga, keputusan pembelian, label halal

1. PENDAHULUAN

Sebanyak 1.053.094 orang menyebut kabupaten Semarang sebagai rumah, dan salah satu daerahnya yaitu Ungaran. Mayoritas penduduk beragama Islam, mencapai 93,93 persen dari total penduduk (1). Menurut Al-Qur'an Al-Baqarah ayat 168, umat Islam diwajibkan hanya mengkonsumsi makanan yang halal dan thayyib (baik), sebagaimana yang ditegaskan dalam agama Islam. Yang artinya: *Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat dibumi*. Oleh karena itu, wajib bagi mereka sebagai umat Islam untuk memperhatikan kehalalan suatu produk sebelum mengkonsumsinya.

Sebagai bentuk perlindungan konsumen, pemerintah seharusnya memberikan jaminan kehalalan produk yang beredar (2). Pemerintah serius melindungi hak-hak konsumen, khususnya konsumen muslim, terbukti dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UJPH) yang mulai berlaku April tahun ini. Jaminan kehalalan produk juga akan membawa keuntungan bagi produsen, karena produk akan semakin populer di kalangan konsumen, sehingga nilai jual produk akan meningkat. Karena pengujian ketat yang telah dilakukan untuk memastikan kualitas dan keamanannya bagi kesehatan konsumen, diyakini bahwa konsumen dari semua agama, tidak hanya Muslim, lebih menyukai barang-barang tersebut (3). Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) akan melaksanakan penjaminan halal dengan cara menerbitkan dan mencabut sertifikat halal sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Baik Lembaga Pemeriksa Halal maupun Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengujian kehalalan produk dan menentukan halal atau tidaknya melalui rapat fatwa halal MUI. Dijelaskan pula bahwa semua produk termasuk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, suplemen, dan barang lainnya yang masuk dan beredar di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikasi halal. Ini berlaku untuk semua kategori ini.

Meskipun demikian, fakta bahwa tidak ada jaminan bahwa produk halal akan digunakan dalam produksi obat menimbulkan banyak kekhawatiran. Menurut MUI (Majelis Ulama Indonesia), hanya ada 22 jenis yang telah mendapatkan sertifikat halal dan aman digunakan oleh umat Islam; Namun, jumlah ini terus bertambah ditambah 800 jenis obat dari Dexa Group yang bersertifikat halal. Meski demikian, jumlahnya masih tergolong rendah mengingat ada 18.000 jenis obat yang beredar di pasaran (4). Menurut LPPOM-MUI, kurang dari satu persen obat-obatan yang beredar di pasaran saat ini telah mendapatkan sertifikasi halal dari setidaknya lima perusahaan farmasi yang berbeda.

Dalam kebanyakan kasus, harga yang bersedia dibayar seseorang untuk barang atau jasa yang mereka butuhkan adalah faktor penentu apakah mereka dapat memperoleh barang atau tidak. Estimasi pelanggan tentang harga, apakah mereka menganggapnya tinggi, rendah, atau masuk akal, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pelanggan untuk melakukan pembelian serta tingkat kepuasan yang mereka peroleh dari akuisisi mereka. Pilihan pelanggan atas produk mana yang akan

dibeli dapat dipengaruhi, setidaknya sebagian, oleh strategi penetapan harga yang diterapkan oleh penjual (5). Menurut temuan penelitian Umah (2017), terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersamaan antara label halal, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian obat bebas (6). Menurut temuan penelitian lain, hubungan antara faktor kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan memberikan kondisi yang jika digabungkan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan yang dialami oleh pelanggan Apotek RF Bandung (7). Konsumen lebih mementingkan penyembuhan daripada harga, pada penelitian Adi dan Wicaksono (2019) menjelaskan bahwa variabel harga sama sekali tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (8).

Label halal dan harga yang menunjukkan kehalalan suatu produk dapat menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut. Apotek Karunia Sehat Baru Ungaran berisi kurang lebih 1.762 jenis obat. Berdasarkan pengamatan langsung di Apotek, persentase obat yang berlabel halal itu sekitar 22 persen. Berkaitan dengan hal tersebut peneliti di Apotek Karunia Sehat Baru Ungaran tertarik untuk mengetahui sejauh mana faktor label halal dan harga menjadi keputusan konsumen dalam pembelian produk obat.

2. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian *observasional analitik* dengan metodologi *cross sectional*. Metode sampling yang digunakan disebut *accidental non-random sampling*. Artinya peneliti berhasil mendapatkan sampel yang memenuhi kriteria inklusi secara kebetulan belaka. Responden dalam proyek penelitian termasuk siapa saja dari Ungaran atau lebih jauh yang telah melakukan pembelian obat di Apotik Karunia Sehat Baru Ungaran selama investigasi. Ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 100 orang yang menanggapi survei. Ini disebut teknik kebetulan, dan ini melibatkan orang-orang yang pergi ke apotek dan kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat yang bersamaan. Orang-orang ini kemudian secara sukarela menjadi sampel.

Kriteria inklusi: Responden yang sebelumnya sudah pernah membeli obat di Apotek Karunia Sehat Ungaran, beragama Islam, berusia 17-65 tahun, menguasai baca tulis, bersedia menjadi responden. Penelitian ini dilakukan di Apotek Karunia Sehat Baru Ungaran bulan Desember 2022 - Januari 2023. Untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk penelitian ini, kuesioner diberikan secara pribadi kepada pasien saat mereka berada di Apotek. Kriteria inklusi untuk penelitian ini telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam perjalanan penelitian ini dilakukan analisis data, khususnya mengenai metode pemberian skor pada setiap respon yang diberikan kepada responden. Proses pemberian poin dilakukan dengan bantuan skala likert yang memberikan skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, skor 3 untuk jawaban netral, skor 4 untuk jawaban setuju, dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju. Analisis hasil dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Uji asumsi klasik dilakukan, yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Tahap selanjutnya adalah pengujian regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh

variabel label halal dan harga terhadap keputusan pembelian obat. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi (R²).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Analisis validitas merupakan uji untuk mengetahui ketepatan sebuah kuesioner. Jumlah sampel pada uji validitas yaitu 30 sampel, hasil uji validitas yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,478	0,361	Valid
2	0,398	0,361	Valid
3	0,404	0,361	Valid
4	0,407	0,361	Valid
5	0,544	0,361	Valid
6	0,392	0,361	Valid
7	0,502	0,361	Valid
8	0,407	0,361	Valid
9	0,377	0,361	Valid
10	0,537	0,361	Valid
11	0,551	0,361	Valid
12	0,577	0,361	Valid
13	0,362	0,361	Valid
14	0,569	0,361	Valid
15	0,593	0,361	Valid
16	0,423	0,361	Valid
17	0,398	0,361	Valid
18	0,369	0,361	Valid

Semua item pertanyaan sebanyak 18, menunjukkan bahwa nilai r-hitungnya lebih tinggi daripada r-tabel. (0,361). Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil tersebut adalah validitas setiap item yang dimasukkan dalam kuesioner dikonfirmasi.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu kuesioner dapat dipercaya atau tidak. Tes ini melihat apakah hasil beberapa pengukuran dapat dianggap konsisten satu sama lain atau tetap tidak berubah. Tabel 2 menampilkan temuan uji reliabilitas yang dilakukan.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah Item	Cronbach's Alpha
18	0,776

Hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada program SPSS 16 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari 18 item pertanyaan adalah 0,776 lebih besar dari 0,60 yang berarti item kuesioner dapat dikatakan reliabel.

Analisis Deskriptif

Tabel 3 menampilkan temuan uji distribusi frekuensi yang diterapkan pada penelitian mendeskripsikan karakteristik 100 responden yang berobat ke Apotek Karunia Sehat Baru Ungaran. Uji dilakukan untuk mengumpulkan informasi.

Tabel 3. Karakteristik Responden Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan

Karakteristik	N	(%)
Usia		
17-25 Tahun	16	16
26-35 Tahun	27	27
36-45 Tahun	28	28
46-55 Tahun	26	26
56-65 Tahun	3	3
Jenis Kelamin		
Laki-laki	29	29
Perempuan	71	71
Pendidikan Terakhir		
SD/ sederajat	2	2
SMP/ sederajat	13	13
SMA/ sederajat	58	58
Sarjana/ Diploma	27	27
Pekerjaan		
Pedagang	25	25
Buruh	15	15
Petani	5	5
PNS	5	5
Wiraswasta	12	12
Belum bekerja	4	4
IRT	24	24
Pelajar	9	9
Total	100	100

Berdasarkan temuan penelitian ini yang melibatkan total 100 responden diketahui bahwa karakteristik usia responden mayoritas berada pada rentang usia 36-45 tahun sebanyak 28 (28%), disusul dengan rentang usia 26-35 tahun sebanyak 27 (27%), diikuti rentang usia 46-55 tahun sebanyak 26 (26%), diikuti rentang usia 17-25 tahun sebanyak 16 (16%), kemudian pada rentang usia 56-65 tahun sebanyak 3 (3%). Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden, terdapat 71 responden perempuan (71%) dan total 29 responden laki-laki (29%). Kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa persentase responden perempuan secara signifikan lebih tinggi dibandingkan persentase responden laki-laki, hal ini jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya berbeda yaitu responden laki-laki lebih mendominasi dibandingkan perempuan (9).

Kemudian untuk karakteristik pendidikan terakhir didapatkan pendidikan terakhir responden terbanyak yaitu SMA/ sederajat sebanyak 58 (58%), kemudian dilanjut Sarjana/ Diploma sebanyak 27 (27%), kemudian SMP/ sederajat sebanyak 13 (13%), dan SD/ sederajat sebanyak 2 (2%). Dan kemudian pada karakteristik pekerjaan pekerjaan responden terbanyak yaitu Pedagang sebanyak 25 (25%), kemudian dilanjut Ibu rumah tangga sebanyak 24 (24%), kemudian Buruh sebanyak 15 (15%), kemudian Wiraswasta

sebanyak 12 (12%), kemudian Pelajar sebanyak 9 (9%), kemudian Petani sebanyak 5 (5%), kemudian PNS sebanyak 5 (5%), dan kemudian Belum bekerja sebanyak 4 (4%) dapat disimpulkan bahwa pekerjaan yang paling mendominasi pedagang mengingat letak Apotek Karunia Sehat Baru Ungaran bersebalahan dengan pasar dan letak yang strategis.

Distribusi Petanyaan Kuesioner

Tabel 4 menunjukkan temuan hasil distribusi pertanyaan pada kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Distribusi Pertanyaan

Pengetahuan Label Halal						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui bahwa label halal MUI menjadi indikator kehalalan obat	56%	42%	2%	0%	0%
2	Saya mengetahui bahwa label halal mempermudah anda mengidentifikasi status kehalalan obat	62%	38%	0%	0%	0%
3	Saya mengetahui bahwa label halal bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen	47%	50%	3%	0%	0%
4	Saya merasa bahwa obat yang sudah memiliki label halal MUI akan memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen	47%	53%	0%	0%	0%
5	Adanya label halal membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian produk	31%	55%	14%	0%	0%
6	Saya selalu memperhatikan label halal sebelum melakukan pembelian obat	38%	55%	7%	0%	0%
Persepsi Harga						
7	Saya merasa harga obat yang berlabel halal terjangkau untuk pelanggan	14%	55%	31%	0%	0%
8	Saya merasa harga obat yang berlabel halal bervariasi sesuai dengan kualitas produk	50%	50%	0%	0%	0%
9	Saya merasa harga obat yang berlabel halal dapat bersaing dengan produk lain	42%	58%	0%	0%	0%
10	Saya merasa harga obat yang berlabel halal sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	37%	63%	0%	0%	0%
11	Saya merasa harga obat yang berlabel halal memiliki manfaat yang lebih	49%	51%	0%	0%	0%
Keputusan Pembelian						
12	Saya merasa obat yang bersertifikasi halal menyediakan pemenuhan kebutuhan	14%	75%	11%	0%	0%
13	Kebutuhan saya akan obat yang berlabel halal sangat tinggi	37%	56%	7%	0%	0%
14	Saya mendapat informasi tentang adanya obat berlabel halal dari orang lain	45%	55%	0%	0%	0%
15	Saya mencari informasi mengenai adanya obat berlabel halal dari berbagai sumber	37%	63%	0%	0%	0%
16	Saya mengevaluasi dari beberapa merek obat yang ada di pasaran sebelum saya membeli obat	10%	73%	14%	3%	0%
17	Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian obat yang berlabel halal	15%	73%	12%	0%	0%
18	Saya merasa puas dengan obat yang berlabel halal	39%	58%	3%	0%	0%

Berdasarkan temuan di atas menunjukkan bahwa baik pengetahuan label halal, persepsi harga dan keputusan pembelian rata-rata persentase paling tinggi yaitu setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden menyetujui bahwa label halal

merupakan sesuatu yang penting yang perlu diperhatikan mengingat label halal sebagai indikator kehalalan suatu produk yang diyakini bahwa produk tersebut aman serta memiliki manfaat yang lebih. Selain itu responden juga menyetujui bahwa harga pada obat yang berlabel halal dapat bersaing dengan produk lain, harga terjangkau dan bervariasi sesuai dengan kualitas produk serta sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa obat yang berlabel halal sangat dibutuhkan, sebelum membeli responden mencari informasi terlebih dahulu mengenai obat halal, responden merasa yakin dalam mengambil keputusan untuk membeli obat berlabel halal dan merasa puas dengan adanya obat yang berlabel halal. Hal ini serupa dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan responden sangat setuju dengan adanya label halal pada obat dan label halal ini memberikan dampak yang signifikan terhadap minat beli responden terhadap obat (9).

Uji Asumsi Klasik Normalitas

Tujuan uji normalitas dalam konteks model regresi adalah untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal atau sangat mendekati normal dalam distribusi digunakan saat mengembangkan model regresi yang baik. Jika data memenuhi asumsi normalitas data, yaitu nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Tabel 4 menampilkan hasil uji normalitas yang dilakukan.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Nama Uji	Hasil Asym.sig (2- Tailed)	Keterangan
Uji Kolmogorov-Smirnov	0,512	Data Berdistribusi Normal

Karena hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikansi 0,512, yang dalam hal ini lebih besar dari 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data mengikuti distribusi normal. Hasilnya, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Multikolinearitas

Digunakan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas atau tidak. Uji *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk menguji asumsi multikolinearitas. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

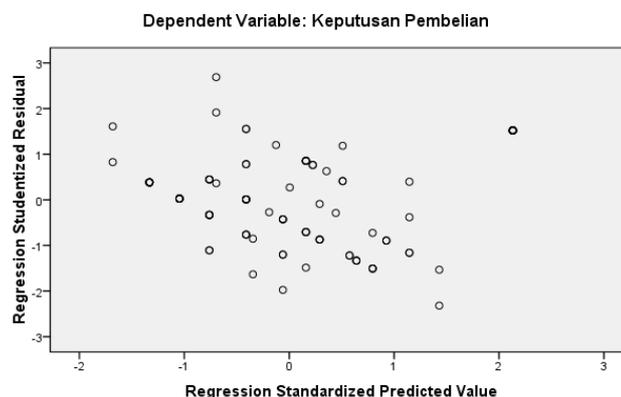
Variabel Independent	VIF	Tolerance	Keterangan
Label Halal	1,839	0,544	Tidak Ada Multikolinearitas
Harga	1,839	0,544	Tidak Ada Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas yang menggunakan uji VIF diperoleh nilai VIF variabel label halal (X1) sebesar 1,839 dan variabel harga (X2) sebesar 1,839 sehingga nilai VIF masing-masing variabel independen kurang dari 10 (VIF 10) artinya tidak ditemukan masalah multikolinearitas pada model sehingga asumsi multikolinearitas terpenuhi.

Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan ada atau tidaknya residual dari satu pengamatan berbeda secara signifikan dengan pengamatan lainnya dengan cara membandingkannya untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual. Karakteristik utama dari model regresi yang baik adalah tidak adanya heteroskedastisitas. Meneliti plot grafik yang menunjukkan hubungan antara nilai prediksi variabel dependen dan residualnya adalah salah satu cara untuk menentukan ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang terlihat, dan titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y (di daerah positif dan negatif), maka hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Ini dapat ditentukan dengan memeriksa data.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Scatterplot



Temuan menunjukkan bahwa tidak ada pola yang terlihat, dan titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y (di daerah positif dan negatif), yang menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Analisis Model Regresi

Karena model regresi ini lolos dari semua tahapan uji normalitas pra analisis dan uji asumsi klasik, maka model regresi ini layak untuk digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan mengenai pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Langkah selanjutnya disebut pengujian regresi linear berganda, dan digunakan untuk menentukan pengaruh variabel label halal dan harga terhadap keputusan terkait pembelian obat. Berikut ini adalah bagaimana hal itu telah dirumuskan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.232	2.002		2.613	.010
	Label Halal	.458	.096	.410	4.766	.000
	Harga	.564	.110	.442	5.129	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil regresi linier berganda dilihat pada tabel diatas, didapatkan persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = 5,232 + 0,458X1 + 0,564X2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X1 : Label halal

X2 : Harga

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Jika diasumsikan nilai keputusan pembelian (Y) tidak dipengaruhi oleh label halal (X1) dan harga (X2), maka nilai konstanta (a) sebesar 5,232 menunjukkan bahwa Y sama dengan 5,232.
2. Pengaruh label halal (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) diketahui memiliki koefisien regresi sebesar 0,458, dengan nilai t statistik sebesar 4,766 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.
3. Pengaruh harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) diketahui memiliki koefisien regresi sebesar 0,564, dengan nilai t statistik sebesar 5,129 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Melalui pengolahan data diketahui bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan yang dibuat terkait pembelian obat. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi yang diperoleh sebesar 0,458. Selain itu, nilai t statistik ditemukan sebesar 4,766, dan nilai signifikansi ditemukan sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan, yang dapat diartikan bahwa persepsi yang lebih baik terhadap label halal akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sejauh mana konsumen cenderung melakukan pembelian.

Hal ini serupa dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli obat di Apotek (9). Pertimbangan yang harus diberikan mengingat fakta bahwa sertifikasi halal semakin menjadi tren di kalangan pelanggan Muslim. Karena terkait dengan tuntunan dan syariat agama Islam serta kebaikan produk yang terkandung di dalamnya, maka

kehalalan suatu produk menjadi perhatian utama khususnya di kalangan masyarakat muslim (10).

Harga adalah faktor lain yang berperan dalam keputusan konsumen mengenai akuisisi obat-obatan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi yang diperoleh sebesar 0,564, dengan nilai t statistik sebesar 5,129 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan, yang dapat diartikan bahwa persepsi harga yang positif akan berdampak signifikan terhadap seberapa besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Hal ini serupa dengan penelitian Misnawati (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian obat-obatan di Apotek Zafira Ruhama (11).

Pengujian Hipotesis

Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel bebas yaitu label halal (X1) dan harga (X2) dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). pengujian hipotesis dijabarkan menggunakan uji parsial, juga dikenal sebagai uji t, uji simultan, juga dikenal sebagai uji F, dan uji koefisien determinasi (R²).

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis (Uji t, Uji F, Uji Koefisien Determinasi)

Jenis Uji	Nilai		Hasil
	Label Halal	Harga	
Uji t	T hitung 9,949 Nilai sig. 0,000	T hitung 10,242 Nilai sig. 0,000	H1, H2 diterima
Uji F	F hitung 75,421 Nilai sig. 0,000		X1 dan X2 berpengaruh signifikan Y
Uji koefisien determinasi	0,601		X1 dan X2 berpengaruh 60,1% terhadap Y

Keterangan:

- X1 = Label halal
- X2 = Harga
- Y = Keputusan pembelian obat
- H1 = Label halal berpengaruh pada keputusan pembelian
- H2 = Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t atau disebut juga dengan uji parsial adalah suatu metode statistik yang menentukan apakah dua variabel independen, seperti label halal (X1) dan harga (X2), berpengaruh terhadap variabel dependen, seperti keputusan pembelian (Y), secara individual. Diperoleh nilai t sebesar 9,949 pada uji parsial antara variabel label halal (X1) dengan variabel keputusan pembelian (Y), dan taraf signifikansinya adalah 0,000. Hal ini dapat disimpulkan dari tabel yang baru saja disajikan. Nilai t tabel yang diperoleh dengan memperhitungkan derajat kebebasan adalah 97, dan nilai alfa 5 persen adalah 1,985. Karena hasil tersebut menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel 5% ($t_{hit} > t_{tabel}$), dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig 0,05), maka dapat

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara label halal (X1) dengan keputusan pembelian (Y) sampai batas tertentu pada taraf 5%.

Temuan ini sebanding dengan penelitian oleh Refmasita et al. (2020) yang menyatakan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat. Temuan ini didasarkan pada penelitian lain yang menyatakan bahwa label halal dianggap sebagai tolok ukur utama umat Islam dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk karena merupakan bentuk ketaatan dalam menjalankan syariat agama Islam (4,12).

Nilai t untuk uji parsial yang menguji hubungan variabel harga (X2) dengan variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 10,242, dan tingkat signifikansinya adalah 0,000. Nilai t tabel yang diperoleh dengan memperhitungkan derajat kebebasan adalah 97, dan nilai alfa 5 persen adalah 1,985. Berdasarkan temuan tersebut, nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel 5% ($t_{hit} > t_{tabel}$), dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X2) dengan keputusan pembelian (Y), secara parsial pada tingkat 5%. Hal ini dikarenakan nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

Hal ini sebanding dengan temuan penelitian Ismail (2021) yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat-obatan (13). Berdasarkan temuan-temuan penelitian lain, telah ditetapkan bahwa harga merupakan aspek atau faktor yang berpotensi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi tertentu. Oleh karena itu, harga suatu produk merupakan indikasi dari nilai produk tersebut (6).

Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau disebut juga uji simultan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen label halal (X1) dan harga (X2) dengan variabel dependen keputusan pembelian (Y) secara simultan (serentak). Hasil pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 75,421 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sebagai perbandingan, nilai F tabel yang diperoleh pada derajat kebebasan 2 dan 97 dengan alpha 5% adalah 3,090. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($F_{hit} > F_{tabel}$), dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$), yang berarti dapat disimpulkan adanya pengaruh yang signifikan antara label halal (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan.

Hal ini sebanding dengan penelitian Yuni (2020) yang menyatakan bahwa label halal dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk herbal penawar al wahida Indonesia (14).

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui seberapa baik suatu variabel dapat menjelaskan variasi pada variabel lain yang sedang dipelajari. Jika nilai koefisien determinasi semakin besar atau semakin mendekati satu, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen lebih mampu

menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,601 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel keputusan pembelian (Y) yang dijelaskan oleh variabel label halal (X1) dan harga (X2) sebesar 60,1%, sedangkan varians lainnya dijelaskan oleh faktor lain.

Berdasarkan temuan penelitian Rafiqa (2013), dalam proses pengambilan keputusan pembelian obat bebas di Jakarta terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi konsumen. Faktor-faktor tersebut meliputi merek, ketersediaan, harga, efektivitas, promosi, keamanan, jaminan, dan desain kemasan (15).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka didapatkan kesimpulan :

- a. Secara parsial pengetahuan label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat.
- b. Secara parsial persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat.
- c. Secara simultan (serentak) pengetahuan label halal dan persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Badan Pusat Statistik. Statistik Kabupaten Semarang dalam Angka [Internet]. 2021 [cited 2023 Mar 1]. Available from: www.semarangkab.bps.go.id
2. Hidayat AS, Siradj M. Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri. *AHKAM J Ilmu Syariah*. 2015;15(2):199–210.
3. Amin M. *Fatwa Produk Halal Melindungi dan Menentramkan*. Jakarta: Pustaka Jurnal Halal; 2010.
4. Refmasita AN, Amar F, Larasati M. Label Halal dan Kualitas Produk Obat terhadap Minat Beli Obat pada Mahasiswa FEB Uhamka. *AL-URBAN J Ekon Syariah dan Filantr Islam*. 2020;4(2):168–79.
5. Lupiyoadi R. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat; 2013.
6. Umah KA. *Pengaruh Label Halal, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas (Over the Counter)*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Islam Indonesia; 2017.
7. Suharyanto S, Herlina RL, Tugiono J. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek RF Bandung. In: *Seminar Nasional Teknik (SEMNASTEK) UISU*. 2021. p. 27–33.
8. Adi PH, Wicaksono S. Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek. *Sustain Compet Advant*. 2019;9(1):407–14.
9. Purnami ID, Sawitri A, Ummaya UU. The Effect of Halal Labelling of Medicine on Customer's Purchase Interest at Karunia Sehat Baru Pharmaceutical Semarang. *Indones J Med Pharm Sci*. 2022;1(2):41–7.
10. Maulina N, Rahmadanita FF, Rahmita NA, Tamara Y. Pengaruh Label Halal MUI

- dan Braand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Kesehatan oleh Masyarakat Muslim di Kota Malang. *J Islam Pharm.* 2022;7(1):46–51.
11. Misnawati M, Sumarni I. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Obat-obatan di Apotek Zafira Ruhama. *Japb.* 2020;3(2):1322–31.
 12. Al Umar AUA, Mustofa MTL, Fitria D, Jannah AM, Arinta YN. Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekon Dan Ekon Syariah).* 2021;4(1):641–7.
 13. Ismail MI. Pengaruh Label Halal, Merek, dan Harga Pada Keputusan Pembelian Obat Bebas di Provinsi Jawa Barat. *J Manaj dan Bisnis Madani.* 2021;3(1):63–80.
 14. Yuni A. Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)(studi Kasus: HPAI Dc. Bunda Evy, Kota Bengkulu). Bengkulu: IAIN Bengkulu; 2020.
 15. Rafiqqa I. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Obat Bebas (Studi Kasus Konsumen di Jakarta). Jakarta: Skripsi Universitas Indonesia; 2012.