

**ANALISIS PENGARUH SERTIFIKAT PRODUK
HALAL DALAM MENINGKATKAN MINAT
BELI KONSUMEN *HERBAL NETWORK
INTERNATIONAL-HERBA PENAWAR*
ALWAHIDA INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

**AHMAD MUHSIN TUMANGGER
NPM: 71170215013
Prodi: Ekonomi Syariah**



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM
MEDAN
2021**

KATA PENGANTAR



Assalamu`alaikum. Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan HidayahNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Selanjutnya shalawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalahnya kepada seluruh umat manusia.

Penulis menyelesaikan proposal skripsi ini guna memperoleh gelar Sarjana Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Al-Washliyah. Skripsi ini berisikan rancangan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan judul “Analisis Sertifikat Produk Halal dalam Meningkatkan Minat Konsumen pada PT HNI-HPAI Kelurahan Sarirejo”

Dalam penulisan proposal skripsi ini penulis menyadari bahwa banyak kesulitan yang dihadapi, namun berkat usaha dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya proposal skripsi ini dapat penulis selesaikan walaupun masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis dengan kelapangan hati menerima kritik serta saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan proposal skripsi ini.

Pada kesempatan ini dengan sepenuh hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Islam Sumatera Utara, beserta staf kerjanya yang memberi pengajaran serta pengalaman dan pelayanannya kepada peneliti.

2. Bapak Dr. Mohammad Firman Maulana, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Agama Islam UISU.
3. Ibu Arifa Pratami, SE.I., ME.K, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah yang telah membantu memberikan bimbingan, dukungan, petunjuk dan nasehat yang membangun sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. H. Ahmad Adib Nst, MM, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. H. Jamaluddin, MA selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan bimbingan, petunjuk dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Universitas Islam Sumatera Utara Medan yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna bagi peneliti.
6. Seluruh staf tata usaha, petugas perpustakaan, dan karyawan Universitas Islam Sumatera Utara Medan.

Tidak lupa penulis mengucapkan terimah kasih kepada teman-teman terbaik dan teman-teman seperjuangan, serta semua teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena kalian semua mempunyai andil yang sangat besar dalam hidupku. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini sangat sederhana dan jauh dari sempurna. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik dari semua pihak. Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya pada kita semua dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Amin ya rabal alamin.

Medan, September 2021

Ahmad Mukhsin Tumangger

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A...Latar Belakang Masalah.....	1
B...Rumusan Masalah.....	8
C...Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
D...Batasan Istilah.....	10
E... Telaah Pustaka.....	11
F... Landasan Teoritis.....	13
G...Hipotesis.....	14
H...Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II: LANDASAN TEORITIS.....	16
A...Produk Halal.....	16
1...Konsep Halal.....	16
2....Sertifikasi Halal (<i>Halal Certification</i>).....	18
3...Kesadaran Halal (<i>Halal Awareness</i>).....	20
4...Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>).....	22
B...Kajian Teori Terdahulu.....	26
C...Kerangka Penelitian.....	28
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....	16

A...Lokasi Penelitian.....	29
B...Populasi dan Sampel.....	29
C... Variabel dan Indikator.....	29
D...Teknik Pengumpulan Data.....	31
E... Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A...Gambaran Singkat HPAI.....	38
1....Sejarah Singkat HPAI.....	38
2....Visi dan Misi PT. HPAI.....	38
3....Manajemen PT. HPAI.....	39
4....Lima Pilar (P.A.S.T.I).....	39
B...HNI-HPAI di Kelurahan Sarirejo.....	44
C...Hasil Pengujian Instrumen.....	44
D...Hasil Pengujian Hipotesis.....	47
E... Pembahasan.....	54
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A....Kesimpulan.....	56
B....Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Y, and C NyenVui, 'The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslims' Purchase Intention', in *Proceedings of The3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012)*, 2012, pp. 1819–30
- La Abute, Erniwati, 'Konsep Kesadaran Sosial Dalam Pendidikan', *JURNAL PENDIDIKAN GLASSER*, 3.2 (2019), 186–95
- Afrianty, Nonie, 'Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT.HNI HPAI Kota Bengkulu', *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1.2 (2020), 121 <<https://doi.org/10.47700/jiefes.v1i2.2057>>
- Amanu, Ananda Abdillah, 'Analisis Perilaku Pembelian Kosmetik Halal Berdasarkan Theory of Planned Behaviour (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta Yogyakarta) The Analysis on the Cosmetic Purchasing Behaviour Based on the Theory Planned of Behaviour (Case Stud', 2019
- Aziz, Muhammad, 'Perspektif Maqashid Al-Syariah Dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Pasca Berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal', *Al Hikmah: Jurnal Studi Keislaman*, 7.2 (2017), 78–94
- Budiman, Fathan, 'Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia)', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.2 (2020), 379 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1192>>
- Chairunnisyah, Sheilla, 'Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika', *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3.2 (2017)
- Al Farisi, Muhammad Salman, 'Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal Di Dusun Mlangi Yogyakarta', *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 1.2 (2020), 60–75
- Indika, Deru R, and Cindy Jovita, 'Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen', *Jurnal Bisnis Terapan*, 1.01 (2017), 25–32
- Izzuddin, Ahmad, 'Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner', *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3.2 (2018), 100–114
- Listyawati, Indri Hastuti, 'Peran Penting Promosi Dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen', *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3.1 (2016)

- Luthfi, Bagus Adi, and Imam Salehudin, 'Marketing Impact of Halal Labeling toward Indonesian Muslim Consumer's Behavioral Intention Based on Ajzen's Planned Behavior Theory: Policy Capturing Studies on Five Different Product Categories', *ASEAN Marketing Journal*, 3.1 (2011)
- Nukha, Zakiya Ulin, Rini Rahayu Kurniati, and Ratna Nikin Hardati, 'Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Herbal HPAI Di Kecamatan Poncokusumo)', *Jiagabi*, 10.1 (2021), 75–84
- Nurhasah, Saniatun, Jono M Munandar, and Muhammad Syamsun, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal Pada Konsumen', *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8.3 (2017), 250–60
- Purwanti, Oleh Endang, 'Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Stie "Ama" Salatiga', *AMA Salatiga*, 8.16 (2015), 40–54
- Rahmi, Rika, 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HNI-HPAI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)' (IAIN Padangsidempuan, 2019)
- Rondonuwu, Alyssa Nikyta Taliwongso, 'Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Kepercayaan Dan Niat Beli Calon Pengguna Smartfren Andromax Di Sidoarjo' (STIE PERBANAS SURABAYA, 2014)
- Satria, Arief Adi, 'Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36', *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2.1 (2017), 45–53
- Setyaningsih, Eka Dyah, and Sofyan Marwansyah, 'The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products', *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3.1 (2019), 65–79
- Shaari, Jamal Abdul Nassir, and N S Mohd Arifin, 'Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study', 2009
- Solin, Nova Yanti, Alim Murtani, and Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Keputusan Pembelian Produk HNI-HPAI Di Kota Medan', *Jurnal FEB*, 1.38 (2020), 317–28
- Sugiyoyo, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B* (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Sukotjo, Hendri, and Sumanto A Radix, 'Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, Dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta Di Surabaya', *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1.2 (2010), 216–28

- Tejawati, Desy Nurkristia, 'EKSISTENSI PT. SUCOFINDO (PERSERO) DALAM MENJAMIN KEHALALAN PRODUK MAKANAN DI INDONESIA MELALUI SERTIFIKASI HALAL', *Perspektif*, 24.3 (2019), 168–76
- Wahyuni, Ikka Nur, 'Pengembangan Modul Edukasi Literasi Keuangan Islam Dan Produk Halal Dengan “ADDIE”', in *Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 2017, III
- Wibasuri, Anggalia, Tantri Tamara, and Yanu Adi Sukma, 'Measurement Social Media Marketing Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee', in *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 2020, I, 68–78

No	Nama/Kode	Angket																								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1	A	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	B	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	C	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	D	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	E	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	1	4	4
6	F	5	3	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3	
7	G	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
8	H	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	2	3	4
9	I	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	2	4	4	
10	J	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	2	4	4
11	K	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	
12	L	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
13	M	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3
14	N	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1

No	Nama/Kode	Angket																									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
15	O	4	3	3	4	4	3	3	5	5	5	5	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	
16	P	4	3	3	4	4	4	2	5	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	
17	Q	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	
18	R	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	
19	S	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	1	3	3	
20	T	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	
21	U	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	
22	V	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	
23	W	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	4	4	
24	X	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
25	Y	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
26	Z	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	
27	AA	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	
28	AB	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	

No	Nama/Kode	Angket																								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
43	AQ	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3
44	AR	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	AS	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3
46	AT	5	5	5	5	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
47	AU	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4
48	AV	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	AW	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4
50	AX	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4