

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIUSITAS,  
KESADARAN HALAL, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DAGING AYAM POTONG  
(Studi kasus di Pasar Ibul Kota Payakumbuh)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



Oleh :

**RAFIDJA PUTRA TRISELYO  
2021/21059263**

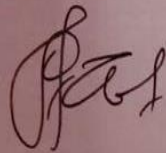
**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIUSITAS,  
KESADARAN HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DAGING AYAM POTONG (STUDI KASUS DI PASAR  
IBUH KOTA PAYAKUMBUH)

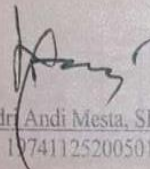
Nama : Rafidja Putra Triselyo  
NIM : 21059263  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh,  
Kepala Departemen Manajemen



Dr. Syahrizal, SE, M.Si  
NIP. 197209021998021001

Padang, 25 April 2024  
Mengetahui,  
Pembimbing



Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak  
NIP. 197411252005011002

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

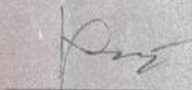
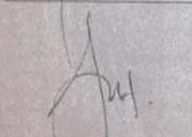
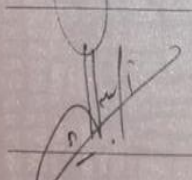
PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIUSITAS,  
KESADARAN HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DAGING AYAM POTONG (STUDI KASUS DI PASAR  
IBUH KOTA PAYAKUMBUH)

Nama : Rafidja Putra Triselyo  
NIM/BP : 21059263/2021  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dinyatakan lulus setelah diuji di depan tim penguji

Departemen Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Negeri Padang

Padang, 25 April 2024

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Hendri Andi Mesta, SE, MM. Ak	(Ketua)	
Yunita Engriani, SE, MM	(Penguji)	
Astri Yuza Sari, SE, MM	(Penguji)	

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rafidja Putra Triselyo  
Nim/Tahun Masuk : 21059263/2021  
Tempat/Tanggal Lahir : Payakumbuh/01 Februari 1999  
Departemen/Keahlian : Manajemen/Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
No HP : 089673645341  
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Kesadaran Halal, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong (Studi Kasus di Pasar Ibul Kota Payakumbuh).

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang maupun Program Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, 30 Maret 2024

ayatakan  
METERAI  
TEMPEL  
B16ALX245759776  
Rafidja Putra Triselyo  
NIM. 21059263

## ABSTRAK

**Rafidja Putra Triselyo**  
2021/21059263

**: PENGARUH PENGETAHUAN  
PRODUK HALAL,  
RELIGIUSITAS, KESADARAN  
HALAL DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN AYAM POTONG  
(STUDI KASUS PASAR IBUH  
KOTA PAYAKUMBUH**

**Dosen Pembimbing**

**: Hendri Andi Mesta, SE,MM, Ak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan tentang produk halal terhadap keputusan pembelian ayam, pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian ayam, pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian ayam dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ayam dari Pasar Ibh, Payakumbuh. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel data penelitian sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Metode analisis menggunakan teknik analisis regresi linier yang dianalisis menggunakan software SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tentang produk halal, religiusitas, kesadaran halal dan harga berpengaruh signifikan secara parsial atau simultan terhadap keputusan pembelian ayam di pasar Ibh Payakumbuh.

**Kata kunci:** Pengetahuan tentang produk halal, Religiusitas, Kesadaran Halal, Harga, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

**Rafidja Putra Triselyo**  
**2021/21059263**

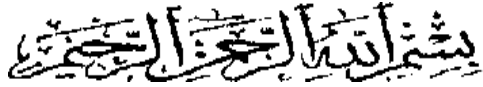
**: THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE OF HALAL PRODUCTS, RELIGIUSITY, HALAL AWARENESS, AND PRICES ON DECISIONS TO PURCHASE PILLED CHICKEN (CASE STUDY OF IBUH MARKET IN PAYAKUMBUH CITY)**

**Supervisor** : **Hendri Andi Mesta, SE,MM, Ak**

*The purpose of this study is to determine and analyze the influence of knowledge about halal products on chicken purchasing decisions, the influence of religiosity on chicken purchasing decisions, the influence of halal awareness on chicken purchasing decisions and the influence of prices on the decision to buy chicken from Pasar Ibh, Payakumbuh. This research is a type of quantitative research. The sample of research data was 100 respondents. Data collection is carried out through questionnaires. The analysis method uses linear regression analysis techniques which are analyzed using SPSS software. The results of this study show that the variables of knowledge about halal products, religiosity, halal awareness and price have a significant partial or simultaneous effect on chicken purchasing decisions in the Ibh Payakumbuh market.*

**Keywords:** *Knowledge of halal products, Religiosity, Halal Awareness, Prices, Purchasing Decisions.*

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Kesadaran halal, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong (Studi Kasus Pasar Ibul Kota Payakumbuh)”. Skripsi ini sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, Alhamdulillah atas bimbingan, dorongan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Syukur yang sedalam dan sebesar- besarnya atas rahmat dan karunia- nya
2. Bapak Hendri Andi Mesta, SE,MM, Ak selaku Pembimbing Skripsi yang penuh perhatian dan kesabaran dalam membimbing dan memberikan masukan terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Yunita Engriani, SE, MM selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Astri Yuza Sari, SE, MM selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Ibu Yolandafitri Zulfia, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
6. Bapak Perengki Susanto, S.E.,M.Sc, P.hD selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
7. Bapak Dr. Syahrizal, S.E, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Yuki Fitria, S.E., M.M. selaku sekretaris jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
8. Bapak Supan Weri Mandar, A.Md selaku staff Administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah memberikan arahan serta bantuan penulis skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi S1 Manajemen serta karyawan/I yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu dikampus ini.
10. Bapak dan ibu, staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
11. Teristimewa penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta Ibu dan Ayah dan juga Nenek beserta Adik-adik tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril dan materi serta kasih sayang yang tak terhingga dan tak ternilai harganya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman Transfer Angkatan 2021 yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak pengalaman, serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.



13. Teristimewa thank you for my self yang telah berjuang dan selalu semangat serta pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Dengan segala keterbatasan, penulis tetap berusaha agar skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. InsyaAllah segala bantuan dan dukungan dari segala pihak menjadi amal yang baik dan mendapat nilai ibadah disisi Allah SWT, penulis berharap skripsi ini bermanfaat, terutama bagi diri sendiri dan menambah pengetahuan kita semua.

Padang, 30 Maret 2024

Penulis

Rafidja Putra Triselyo

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Teoritis .....	8
2. Manfaat Praktis.....	8
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>KAJIAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Teori .....	10
1. Keputusan Pembelian (Y).....	10
2. Pengetahuan Produk Halal (X1).....	14
3. Religiusitas (X2).....	16
4. Kesadaran halal (X3).....	17
5. Harga (X4).....	19
6. Penelitian relevan .....	20
7. Kerangka konseptual .....	21
8. Hipotesis penelitian .....	22
<b>BAB III.....</b>	<b>40</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
A. Desain Penelitian .....	40
B. Objek Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel .....	40

D. Teknik Pengambilan Data.....	41
E. Jenis dan Sumber Data .....	42
F. Metode Pengumpulan Data .....	43
G. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	43
1. Variabel Terikat (Dependen).....	43
2. Variabel Bebas (Independen).....	44
3. Defenisi Operasional Variabel .....	44
No 44	
H. Instrument Penelitian .....	47
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Reabilitas.....	47
I. Metode Analisis Data .....	48
1. Analisis Deskriptif .....	48
2. Uji Asumsi Klasik .....	49
J. Uji Hipotesis.....	52
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T) .....	53
3. Uji F .....	53
4. Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	54
<b>BAB IV .....</b>	<b>57</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
1. Pasar Ibu Kota Payakumbuh .....	57
2. Karakteristik Responden Penelitian .....	58
B. Uji Instrumen .....	59
1. Uji Validitas .....	59
2. Uji Reliabilitas.....	64
C. Pengujian Prasyarat Analisis (Uji Asumsi Klasik) .....	70
1. Uji Normalitas .....	70
2. Uji Multikolinearitas .....	71
3. Uji Heteroskedastisitas .....	72

4. Uji Autokorelasi .....	73
D. Analisis Regresi Linear Berganda .....	73
1. Uji Parsial (Uji T).....	74
2. Uji Simultan (Uji F) .....	77
3. Uji Koefisien Determinan ( <i>R-Square</i> ).....	77
E. Pembahasan .....	78
1. Pengaruh Pengetahuan Produk Halal Keputusan Pembelian daging ayam potong.....	78
2. Pengaruh Religiusitas terhadap keputusan pembelian daging ayam potong.....	80
3. Pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian daging ayam potong.....	82
4. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian daging ayam potong ...	84
5. Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, <i>Halal Awareness</i> Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Potong. ....	87
<b>BAB V.....</b>	<b>89</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90
<b>DATAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>
Lampiran 1. Kuesioner. ....	93
Lampiran 2. Tabulasi Data .....	97
Lampiran 3. Uji.....	100
Lampiran 4. Dokumentasi .....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses pengambilan Keputusan Konsumen. ....	12
Gambar 2. Kerangka Konseptual .....	22

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu. ....	20
Tabel 2. Defenisi operasional variabel.....	44
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender .....	58
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	58
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	59
Tabel 6. Uji Validitas Untuk Variabel Keputusan Pembelian(Y).....	60
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Pengetahuan Produk Halal (X1)....	61
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Religiusitas (X2) .....	62
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Untuk Variabel Kesadaran Halal (X3).....	63
Tabel 10. Hasil uji validitas pengetahuan harga (X4).....	64
Tabel 11. Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 12. Deskriptif Keputusan pembelian (Y) .....	66
Tabel 13. Deskriptif Pengetahuan Produk Halal.....	67
Tabel 14. Deskriptif Religiusitas .....	68
Tabel 15. Deskriptif Halal Awareness .....	69
Tabel 16. Deskriptif Harga.....	69
Tabel 17. Uji Normalitas.....	70
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinieritas .....	71
Tabel 19. Uji Heteroskedastisitas.....	72
Tabel 20. Uji Autokorelasi.....	73
Tabel 21. Hasil Uji Parsial( Uji T).....	74
Tabel 22. Hasil Uji Kelayakan (Uji F).....	77
Tabel 23. Uji <i>R-Square</i> .....	77

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk beragama islam. Data dari dataindonesia.co.id dengan jumlah populasi sebanyak 270 juta jiwa dengan lebih kurang 80% adalah beragama islam. Bagi masyarakat islam, mengkonsumsi makanan halal adalah sesuatu kewajiban sesuai perintah agama. Hal yang mengharuskan pelaku usaha harus mengurus sertifikat halal untuk produk yang mereka jual adalah berdasarkan UU Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal yaitu produk yang diwajibkan bersertifikat halal adalah barang atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik serta barang gunaan yang dipakai. Dimana pada bulan oktober 2024 untuk produk makanan atau daging ayam potong diharuskan bersertifikat halal.

Sumatera Barat adalah mayarakarat yang terkenal dengan filosofi adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah yang artinya hidup yang dipegang dalam masyarakat yaitu ajaran islam sebagai satu satunya landasan atau pedoman tata pola perilaku dalam kehidupan.

Pangan merupakan kebutuhan primer yang menunjang aktifitas fisik manusia. Makanan tidak saja berfungsi sebagai pemasok tenaga, ia juga sebagai sumber pengatur dan pelindung tubuh terhadap penyakit, dan sumber pembangun tubuh, baik untuk pertumbuhan atau perbaikan tubuh. Melalui

makanan yang mengandung kalori dan gizi tubuh manusia dapat bertahan dengan baik. Islam adalah agama yang bertujuan untuk kemaslahatan umat. Semua hal tentang kehidupan sudah diatur didalamnya. Allah telah mengatur segala sesuatu yang diperbolehkan, dilarang, dihindari maupun dijauhi, termasuk perintah untuk menjauhi makanan dan minuman yang haram. Dilihat dari perspektif Islam, konsep halal merupakan hal yang vital bagi seorang muslim. Halal berarti diperbolehkan atau diijinkan dalam agama Islam (Alquran Surat Albaqarah 168-169). Oleh sebab itu, umat Muslim akan cenderung mencari produk untuk dikonsumsi sesuai dengan ajaran agama. Dalam hal ini tingkat religiusitas konsumen dapat mengukur seberapa besar usaha dan komitmen seseorang untuk mematuhi peraturan yang sudah ditetapkan dalam agama.

Pemahaman dan kepedulian seseorang tentang makanan yang boleh dikonsumsi menurut hukum Islam pasti berbeda. Saat ini jaminan kehalalan pada suatu produk pangan sangat penting dalam Islam, karena telah banyak diberitakan adanya bahan-bahan berbahaya atau bahan yang sebenarnya tidak layak digunakan dicampurkan pada bahan makanan dan minuman. Masih banyak masyarakat membeli produk yang akan dikonsumsi dengan pola berpikir bahwa makanan haram hanyalah makanan yang bahan utamanya menggunakan bahan yang haram saja tanpa berpikir lebih luas bahwa ada hal lain yang bisa mempengaruhi kehalalan produk seperti cara mengolah, produk tambahan yang digunakan, cara mendistribusikan, dan cara menyimpan dapat mempengaruhi kehalalan produk. Oleh sebab itu



dibutuhkan label dan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh lembaga pemerintah resmi dalam rangka menjamin kehalalan dan mutu produk.

Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu barang yang diproduksi oleh perusahaan telah memenuhi ketentuan halal atau tidak. Kemudian hasil dari kegiatan sertifikasi halal adalah diterbitkannya sertifikat halal apabila produk yang dimaksudkan telah memenuhi ketentuan sebagai produk halal. Di Indonesia lembaga yang berwenang melaksanakan Sertifikasi Halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM). Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam.

Sikap pemerintah terhadap label halal juga penting karena meskipun negara Indonesia memiliki penduduk yang mayoritas memeluk agama Islam, sikap pemerintah yang positif terhadap labelisasi halal dapat menimbulkan kenyamanan dan keamanan masyarakat untuk mengonsumsi produk halal di Indonesia tanpa merasa was-was. Keadaan saat ini, masyarakat di Indonesia dikelilingi penduduk dengan mayoritas pemeluk Islam, mereka merasa nyaman dan aman karena lingkungan masyarakat terbiasa menyediakan makanan atau minuman yang halal untuk dijual bebas. Namun hal ini tidak bertahan demikian secara terus menerus. Masyarakat harus bisa mengevaluasi setiap produk makanan impor dalam kemasan yang akan dikonsumsi. Untuk

dapat mengevaluasi produk kemasan dengan baik dibutuhkan pengetahuan mengenai seluk beluk produk dan halal awareness seorang konsumen.

Pengetahuan produk adalah keseluruhan rangkaian informasi tepat yang disimpan dalam pikiran pelanggan, dan selanjutnya membantu mereka dalam mengambil keputusan tentang aktivitas yang akan mereka lakukan sehubungan dengan suatu produk (Ayuningsih & Maftukhah, 2020). Pengetahuan produk yang lebih luas akan membuat konsumen lebih realistis dalam memilih barang yang sesuai dengan harapannya. Hasilnya, orang dengan pengetahuan produk yang lebih mendalam akan dapat merasakan lebih banyak kebahagiaan (Erida & Rangkuti, 2017).

Religiusitas sebagai sejauh mana seseorang menyesuaikan diri dan mewujudkan keyakinannya terhadap gagasan dan cita-cita keagamaan tertentu yang berfungsi untuk mengoperasionalkan konstruksi keagamaan (Nurhayati dan Hendar, 2019). Dari definisi di atas terlihat jelas bahwa religiusitas adalah keyakinan terhadap keimanan seseorang.

Kesadaran konsumen akan produk Halal merupakan level atau tingkatan dalam mengetahui dan memahami konsep Halal seperti bagaimana hukum mengonsumsi produk yang haram, prosedur dan proses pembuatan produk halal berdasarkan hukum dan syariat Islam. Kesadaran diri berarti sadar sebagai seorang individu dengan pikiran pribadi tentang keadaan sesuatu yang berhubungan dengan halal. Oleh karena itu, kesadaran halal dapat dikonseptualisasikan sebagai proses mendapatkan informasi dalam rangka

meningkatkan tingkat kesadaran terhadap apa yang diperbolehkan bagi Muslim untuk dimakan, diminum, dan digunakan (Ambali dan Bakar 2013).

Harga merupakan komponen variabel bauran pemasaran yang dapat berubah sewaktu-waktu berdasarkan lokasi dan waktu, menurut Kotler dan Keller (2013). Harga berdampak pada berbagai bentuk dan memiliki banyak tujuan ini lebih dari sekedar angka yang tertulis pada suatu produk. Salah satu komponen bauran pemasaran yang mendorong pendapatan adalah harga komponen lainnya menimbulkan biaya.

Keputusan pembelian menurut (Kotler dan Keller, 2013) adalah tahapan-tahapan yang dilakukan konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Konsumen akan memutuskan produk mana yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut dalam kaitannya dengan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan latar belakang informasi yang diberikan di atas, tujuan peneliti dalam hal ini adalah untuk menentukan apakah konsumen Muslim memprioritaskan dan mengikuti ajaran Islam, yang menyerukan hanya makan makanan halal dan menghindari makanan haram ketika memilih daging ayam yang akan dimakan. Apakah daging ayam yang dijamin halal atau hanya fokus pada harga, kesegaran, kebersihan, dan kondisi higienisnya saja. Bagaimana umat Islam memutuskan apa yang akan dibeli bergantung pada pemahaman mereka tentang barang halal, keyakinan agama mereka, kesadaran mereka akan masalah halal, dan harga daging ayam yang ingin

mereka beli di pasar Ibul di kota Payakumbuh. Berdasarkan hal tersebut, penulis memutuskan untuk menyelidikinya yaitu **“PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK HALAL, RELIGIUSITAS, KESADARAN HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM POTONG (Studi kasus di Pasar Kota Payakumbuh)”**.

#### **B. Identifikasi Masalah**

1. Konsumen lebih memilih tempat membeli daging ayam dengan harga murah tanpa memikirkan kehalalan, tata cara penyembelihan ayam tersebut.
2. Pengetahuan konsumen terhadap produk halal masih rendah. Akibat kurangnya informasi dan kemauan mencari informasi.
3. Pedagang ayam potong yang belum memiliki sertifikasi halal dari MUI, karena kurangnya informasi atau pemahaman tentang tata cara pembuatan sertifikat halal yang dikeluarkan MUI.

#### **C. Pembatasan Masalah**

Agar dalam penelitian ini dapat mencapai sasaran dan tujuan yang diharapkan secara optimal, maka perlu adanya pembatasan masalah sebagai permasalahan yang terkait dengan judul diatas sangatlah kompleks, sehingga tidak mungkin semua permasalahan yang ada dapat dijangkau dan diselesaikan. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, banyak variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga, informasi produk, merk, keinginan dan lainnya. Maka penulis membatasi variabel yang diduga erat kaitannya dengan Keputusan Pembelian (Y) produk

daging ayam potong yaitu Pengetahuan Produk Halal (X1), Religiusitas (X2), kesadaran halal (X3) dan harga (X4)

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut di atas, beberapa permasalahan dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk halal terhadap keputusan pembelian produk daging ayam potong di Pasar Ibul Kota Payakumbuh?
2. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di pasar Ibul Kota Payakumbuh?
3. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di pasar Ibul Kota Payakumbuh?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di pasar Ibul Kota Payakumbuh?

#### **E. Tujuan**

Tujuan permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut, dengan memperhatikan rumusan masalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh pengetahuan produk halal terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di Pasar Ibul Kota Payakumbuh.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di Pasar Ibul Kota Payakumbuh.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di Pasar Ibul Kota Payakumbuh.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di Pasar Ibul Kota Payakumbuh.

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penulis dapat meneliti bagaimana menganalisis pengaruh penetapan harga, kesadaran halal, religiusitas, dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian daging ayam potong di Pasar Ibul Kota Payakumbuh. Hal ini dapat membantu pembaca memahami bagaimana harga, kesadaran halal, religiusitas, dan pengetahuan produk mempengaruhi keputusan tentang apa yang akan dibeli saat membeli daging ayam di Pasar Ibul Kota Payakumbuh. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman kita tentang bagaimana penetapan harga, kesadaran halal, religiusitas, dan keahlian produk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa di industri pemasaran.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi lembaga/instansi penelitian**

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana pelanggan membuat pilihan halal saat membeli daging ayam potong..

**b. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan didalam proses penelitian yang akan datang, khususnya bagi penelitian yang memiliki kesamaan tema dan sebagai jendela wawasan untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang bagaimana suatu pemasaran, terutama di bidang ekonomi manajemen dan dapat menerapkan ilmunya dalam penelitian ataupun praktek di kemudian hari.

**c. Bagi Mahasiswa/Masyarakat**

memberikan manfaat bagi mahasiswa dan masyarakat umum, khususnya bagi mereka yang ingin memperluas pemahaman tentang kehalalan suatu produk dan bidang ekonomi manajemen di Fakultas Ekonomi Manajemen masing-masing universitas.