

## PENGARUH LABEL HALAL, KOMPOSISI BAHAN PANGAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE INSTAN INDOMIE DI KOTA PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM

Melati Julia Roikhani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email Korespondensi: [melatijulia18@gmail.com](mailto:melatijulia18@gmail.com)

### ABSTRACT

*This research aims to find out whether the Halal Label, Food Ingredient Composition and Religiosity have a partial and simultaneous effect on buying interest in Indomie instant noodle products in the city of Pekanbaru. It is hoped that from this research, producers and consumers will be more selective in consuming food that is clearly halal. The type of research used is quantitative research with a research approach included in the associative research type. Data sources come from primary data and secondary data with data collection methods using questionnaire techniques. The population of the research was the Muslim community of Pekanbaru, 832,115 people, with a research sample of 247 respondents. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis using the SPSS version 16.0 application, including Research Instrument Test (Validity Test and Reliability Test), Classical Assumption Test, Hypothesis Test (t Test). The results of the statistical analysis of the test show that partially the variables Halal Label (X1), Food Composition (X2) and Religiosity (X3) have a positive and significant influence on Purchase Intention (Y) of Indomie instant noodles products among the people of Pekanbaru city. Meanwhile, the results of simultaneous statistical analysis show that the variables Halal Label (X1), Food Composition (X2) and Religiosity (X3) have a significant effect on Purchase Interest (Y) of instant noodle products among the people of Pekanbaru City.*

**Keywords:** Label, Halal, Composition, Religiosity, Interest, Purchase

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Label Halal, Komposisi Bahan Pangan dan Religiusitas berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli produk mie instan indomie di kota Pekanbaru. Diharapkan dari penelitian ini nanti agar produsen maupun konsumen lebih selektif lagi dalam mengkonsumsi makanan yang jelas kehalalannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian termasuk ke dalam jenis penelitian asosiatif. Sumber data berasal dari data primer dan data sekunder dengan metode pengumpulan data menggunakan teknik angket. Populasi dari penelitian adalah masyarakat kota Pekanbaru yang beragama Islam sebanyak 832.115 orang dengan sampel penelitian diambil sebanyak 247 responden. Teknik analisa data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 16.0, meliputi Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Uji Realibilitas), Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis (Uji t). Hasil analisis statistik pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Label Halal (X1), Komposisi Bahan Pangan (X2) dan Religiusitas (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) mie instan produk indomie pada

masyarakat kota Pekanbaru. Sedangkan hasil analisis statistik secara simultan diketahui bahwa variabel Label Halal (X1), Komposisi Bahan Pangan (X2) dan *Religiusitas* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) produk mie instan produk pada masyarakat Kota Pekanbaru.

**Kata Kunci:** *Label, Halal, Komposisi, Religiusitas, Minat, Beli*

## PENDAHULUAN

Secara umum, minat beli konsumen untuk makanan terkait erat dengan faktor individu dan lingkungan seperti informasi pemasaran, situasi, dan karakteristik tertentu yang meliputi komposisi makanan (Izzuddin, 2018). Pandangan Islam sendiri, mengartikan bahwa komposisi bahan makanan mencakup beberapa masalah yang perlu dipertimbangkan (Andriyani, 2019). Salah satunya adalah kualitas, keakraban konsumen dengan bahan, serta keamanan pangan. Sebagai konsumen haruslah cukup serius dalam memahami dan mengetahui apa yang mereka konsumsi, dan informasi produk diperoleh melalui label pada makanan. Dalam agama Islam, keputusan yang diambil oleh seorang Muslim dalam kegiatan konsumsi didasarkan terhadap ketentuan bahwa barang tersebut telah terjamin halal dan *thayyib*, sebagaimana dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah : 168 berikut:

Artinya: *“Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”*

Telah jelas disebutkan ayat di atas bahwasannya sebagai muslim harus memilih makanan yang halal lagi baik yang ada di bumi, dan menghindari yang haram-haram. Di era sekarang ini, telah banyak sekali produk-produk yang beredar di masyarakat yang tidak sepenuhnya halal, baik itu ditinjau dari bahan baku maupun penggunaan bahan pendukung yang terkandung zat-zat berbahaya di dalamnya.

Seperti halnya yang terjadi kasus pada tanggal 27 September tahun 2022 yaitu adanya penarikan edar Mie Sedaap variasi *Korean Spicy* oleh negara Hongkong. Karena mie instan teresidu pertisida etilen oksida (EtO) dan senyawa turunannya. Residu tersebut terdapat pada mie kering, bubuk cabe, dan bumbu dari produk mie instan.

Umat Islam diwajibkan untuk selalu mengkonsumsi makanan yang halal sesuai dengan ajaran Islam. namun tidak semua produk pangan telah diberi label halal, terutama produk impor. Ditambah dengan kurangnya selektifan masyarakat terhadap produk yang sering tidak memperhatikan kandungan yang akan dikonsumsi, sehingga sangat diperlukan bantuan dari lembaga yang concern dan otoritatif terhadap produk pangan yang dikonsumsi (Meriyenti, 2012).

Agar produsen dapat mencantumkan logo halal pada kemasan produknya, maka sertifikat halal suatu produk pangan harus dikeluarkan oleh lembaga yang menjamin kepastian akan halalnya produk. Sehingga dapat memberi ketenangan bagi umat Islam yang mengkonsumsinya. Oleh karena itu, untuk menjamin setiap pemeluk agama dalam peribadatannya maka diaturlah dalam Pasal 29 ayat 2 Undang- Undang Negara Republik Indonesia UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk halal. Namun label halal Indonesia telah ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama dan telah berlaku secara nasional. Ketetapan ini telah tercantum

dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 terkait Penetapan Label halal sebagai pelaksanaan amanat pada pasal 37 UU Nomor 33 tahun 2014 silam.

Salah satu produk pangan yang populer dan digemari masyarakat Indonesia adalah mie instan (Gunawan & Kunto, 2022). Negara Indonesia sendiri merupakan negara nomor dua yang paling banyak mengkonsumsi mie instan di dunia setelah Cina. Menurut data World Instant Noodles Association bahwa dalam lima tahun terakhir sampai 2021, konsumsi mie instan masyarakat Indonesia terus meningkat. Tercatat pada tahun 2017 jumlah konsumsi mie instan sebanyak 12,6 miliar porsi. Angka itu sempat turun sebanyak 12,54 miliar porsi. Pada tahun 2019 konsumsi mie instan di Indonesia turun tipis menjadi 12,52 miliar porsi. Namun, kembali naik pada tahun 2020 menjadi 12,64 miliar porsi dan naik lagi menjadi 13,27 miliar porsi pada tahun 2021 (Indonesia, 2023).

**Tabel 1.** Peringkat Konsumsi Mie Instan Terbanyak di Dunia.

No.	Negara	2017	2018	2019	2020	2021
1.	China/Hong Kong	38,960	40,250	41,450	46,360	43,990
2.	Indonesia	12,620	12,540	12,520	12,640	13,270
3.	Viet Nam	5,060	5,200	5,440	7,030	8,560
4.	India	5,420	6,060	6,730	6,730	7,560
5.	Japan	5,660	5,780	5,630	5,970	5,850
6.	USA	4,130	4,520	4,630	5,050	4,980
7.	Filipina	3,750	3,980	3,850	4,470	4,440
8.	Korea	3,740	3,820	3,900	4,130	3,790
9.	Thailand	3,390	3,460	3,570	3,710	3,630
10.	Brazil	2,250	2,390	2,420	2,720	2,850

Sumber : *World Instant Noodles Association (WINA) Updata 13 Mei 2022*

Dibandingkan produk pangan lain, mi instan umumnya memiliki harga yang ekonomis, sehingga dapat dinikmati di segala waktu. Rasanya yang banyak digemari dan mudahnya didapatkan produk ini membuat masyarakat sulit lepas dari mi instan. Sebagai salah satu contoh dalam budaya populer adalah keterkaitan mi instan sebagai "makanan anak kost". Tidak hanya itu, kepraktisan dalam penyajiannya, penerimaan yang luas dari segala kalangan dan mudahnya pendistribusian membuat mi instan menjadi andalan warga Indonesia saat terjadi tragedi bencana alam untuk mengatasi masalah keterbatasan dan kelangkaan bahan pangan di lokasi dengan segera.

Adapun merk mie instan yang paling banyak digemari di Indonesia sepanjang tahun 2022 menurut riset Katadata Insight Center (KIC) adalah Indomie. Yaitu dengan persentase 88,6 persen, disusul dengan Mie Sedaap dan Supermi dengan persentase 68,9 persen dan 32,2 persen. Adapun survei tersebut dilakukan pada 594 dari total 667 responden di seluruh Indonesia. Data dikumpulkan sejak 26 Desember 2022 hingga 2 Januari 2023. Salah satu provinsi di Indonesia adalah Provinsi Riau. Ibukota Provinsi Riau adalah Kota Pekanbaru. Kota Pekanbaru terletak pada 0° 25' – 0°45' LU dan 101°14' – 101°34' BT. Batas-batas kota pekanbaru yaitu bagian timur berbatasan dengan kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan. Batas bagian Selatan yaitu Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan. Batas bagian dengan Kabupaten Kampar, sedangkan bagian Utara berbatasan dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar.

**Tabel 2 Rata-rata Konsumsi Mie Instan Perkapita per Kabupaten/kota di Provinsi Riau (Satuan Komoditas) 2021-2022**

No.	Kabupaten/kota	Mie Instan		Rasio (naik +/-turun -)
		2021	2022	
1	Indragiri Hulu	0,787	0,863	+ (0,076)
2	Indragiri Hilir	1,230	1,079	-(0,151)
3	Pelalawan	0,945	0,879	-(0,06)
4	Siak	0,721	0,788	+(0,067)
5	Kampar	0,770	0,746	-(0,024)
6	Rokan Hulu	0,642	0,716	+(0,074)
7	Bengkalis	0,810	0,897	+(0,087)
8	Rokan Hilir	1,076	1,148	+(0,069)
9	Kepulauan Meranti	1,033	0,910	-(0,123)
10	Kota Pekanbaru	0,726	0,855	<b>+(0,129)</b>
11	Kota Dumai	0,855	0,891	+(0,036)
12	Kuantan Singingi	0,745	0,828	+(0,083)

*Sumber data diolah BPS.go.id*

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa Kota Pekanbaru mengalami peningkatan terbanyak konsumsi mie instan perkapita yaitu sebesar 0,129 dibandingkan dengan kabupaten/kota lainnya yang ada di Provinsi Riau. Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru pada tahun 2022 bersumber dari hasil proyeksi data Sensus Penduduk 2020 (SP2020), yaitu sebesar 994.585 jiwa, yang terdiri dari 500.330 penduduk laki laki dan 494.255 penduduk perempuan, dengan rasio jenis kelamin sebesar 101. Persentase penduduk jika dirinci menurut kecamatan, memperlihatkan bahwa Kecamatan Tuahmadani, Marpoyan Damai, dan Tenayan Raya adalah wilayah dengan penduduk paling banyak. Jika dibagi dengan luas wilayah, terlihat bahwa Kecamatan Sukajadi, Pekanbaru Kota, dan Limapuluh memiliki kepadatan penduduk paling besar dibandingkan kecamatan lainnya.

Dalam penelitian ini, kami mengambil masyarakat muslim di kota Pekanbaru. Karena melalui survey sebelumnya, tercatat bahwa kota Pekanbaru memiliki masyarakat muslim terbanyak dibandingkan kota yang ada di Provinsi Riau. Adapun dari segi agama, jumlah penduduk muslim di Kota Pekanbaru sebesar 84,62%, 9,94% penduduk memeluk agama Kristen, 3,92% memeluk agama Budha, 1,49% memeluk agama Katolik, 0,02% memeluk agama Hindu, dan 0,01% memeluk agama Konghucu dari total keseluruhan penduduk sebanyak 983.356 jiwa (Dikdukcapil, n.d.).

Jumlah penduduk di Kota Pekanbaru bersumber dari hasil proyeksi data Sensus Penduduk 2020, yaitu sebesar 994.585 jiwa, yang terdiri dari 494.255 penduduk perempuan dan 500.330 penduduk laki-laki dengan rasio jenis kelamin sebesar 101. Jika dirinci menurut kecamatan persentase penduduknya, bahwa Kecamatan Marpoyan, Tuah Madani dan Tenayan Raya adalah wilayah dengan penduduk paling banyak. Jika dibagi dengan luas wilayah, terlihat bahwa Kecamatan Sukajadi, Pekanbaru Kota, dan Lima Puluh memiliki kepadatan penduduk paling besar dibandingkan kecamatan lain.

Adapun mayoritas penduduk Kota Pekanbaru didominasi oleh generasi milenial dari Generasi Z. Proporsi Generasi Z ini sebesar 26,42% dari total populasi Kota Pekanbaru. Dan juga generasi ini termasuk dalam usia yang produktif yang menjadi

peluang pertumbuhan ekonomi. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada rentang waktu tahun 1997-2012.

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam terkait bagaimana pengaruh label halal, komposisi bahan pangan dan religiusitas terhadap minat beli produk pangan mie instan Indomie di Kota Pekanbaru menurut ekonomi Islam.

## LITERATUR REVIEW

### Label Halal

Dalam bahasa arab halal berarti melepaskan atau tidak terikat. Sedangkan dalam etimologi, halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya (Agus, 2017). Sedangkan makanan halal menurut MUI adalah makanan yang boleh dimakan menurut ajaran Islam.

Ruang lingkup penelitian ini berkaitan dengan pengetahuan tentang label halal yang dikeluarkan oleh BPJH yang bekerjasama dengan Kementerian Agama, LPH, dan MUI, yang dinyatakan dalam bentuk gambar maupun logo sebagai acuan bahwa suatu produk telah melalui kehalalan oleh lembaga yang otoritatif. Dengan kata lain variabel label halal merujuk kepada sejauh mana pengetahuan masyarakat tentang label halal yang bisa berbentuk gambar atau logo yang merupakan pernyataan keabsahan atau kehalalan terhadap penggunaan obat maupun makanan.

Menurut Stanton, J.W bahwa label halal merupakan bagian dari sebuah produk yang dapat membawa informasi verbal tentang penjual maupun produknya. Sebuah label dapat menjadi bagian dari tanda pengenalan maupun bagian dari kemasan produk itu yang dicantumkan pada produk (Murdiyanti, 2022).

LPPOM MUI mengatakan bahwa syarat dari kehalalan yaitu makanan tidak mengandung babi, tidak mengandung khamr dan produk turunannya, dan semua asal hewan yang disembelih dengan tidak sesuai syariah. Adapun syarat-syarat produk halal menurut syariah Islam adalah sebagai berikut (Jumarni, 2021):

- a. Halal dari segi dzatnya
- b. Halal cara memperolehnya
- c. Halal dalam prosesnya
- d. Halal dalam penyimpanannya, maksudnya tempat penyimpanan tidak mengandung barang yang diharamkan seperti babi, anjing dan lainnya.

Hingga saat ini masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa sertifikat halal masih dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Namun, faktanya lembaga yang berwenang mengeluarkan bahkan mencabut sertifikat halal ialah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Sebelum dikeluarkannya UU Jaminan Produk Halal ada beberapa lembaga yang memegang kepentingan kehalalan produk yaitu MUI, LPPOM, BPOM, dan Kementerian Agama.

Namun pada tahun 2014 ada perubahan pemangku kepentingan kehalalan produk yaitu pemerintah membentuk BPJPH yang berkedudukan di bawah Kementerian Agama dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama. BPJPH pun mendapat amanat untuk melaksanakan penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia sebagaimana yang tercantum dalam UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 1 Nomor 4 yaitu “*Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal yang selanjutnya disingkat BPJPH adalah badan yang dibentuk oleh Pemerintah untuk menyelenggarakan JPH*”.



## Komposisi Bahan Pangan

Menurut Waskito bahan makanan adalah bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam suatu produk makanan (Waskito et al., 2014). Sedangkan Raiz dan Chaundry mengatakan bahwa dalam kehalalan sebuah produk makanan, yang menjadi subjek utamanya adalah bahan makanan. Bahan makanan dalam perspektif Islam sendiri bisa meliputi berbagai macam isu seperti keakraban konsumen terhadap kualitas makanan, bahan makanan dan keamanan isi makanan. Kebanyakan konsumen sangat serius dalam memahami apa yang mereka konsumsi, dan informasi yang biasanya mereka dapatkan dari pelabelan makanan. Dari pelabelan tersebutlah, setiap konsumen mampu mengetahui komposisi yang terkandung dalam makanan itu yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat belinya. Itulah sebabnya begitu pentingnya bahan produk sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih produk. Adapun indikator bahan makanan menurut Yunis, dkk adalah sebagai berikut:

- a. Bahan yang digunakan
- b. Kualitas bahan makanan
- c. Keamanan isi makanan

Dalam pemikiran Islam, halalnya suatu makanan tidak hanya persoalan mengenai yang mengandung bagian hewan yang haram untuk di makan atau digunakan. Namun juga termasuk keselamatan dan kualitas yang sangat terkait dengan penanganan, pengolahan, peralatan, penggunaan alat bantu pengolahan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, dan distribusi serta ritel.

## Religiusitas

Menurut Drijarkara, kata religi berasal dari bahasa latin *religio* yang asal katanya *religare* yang berarti mengikat (Firmansyah, 2017). Maksudnya adalah suatu kewajiban atau aturan-aturan yang harus dilakukan, yang kesemuanya memiliki fungsi untuk mengikat dan mengutuhkannya diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan atau sesama manusia, serta kehidupan alam sekitar.

Religiusitas adalah sikap keagamaan dalam diri seseorang yang mengharuskannya untuk bertingkah laku sesuai ketaatannya pada agama (Rahmawati, 2016). Hal tersebut lebih mengedepankan pada ajaran agama dengan ketaatan seseorang yang diwujudkan seseorang dalam tingkah laku.

Religiusitas menurut Glock dan Stark, merupakan Sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (Marliani, 2013). Terkait dengan religiusitas, seorang muslim yang konsisten atau taat pada agamanya, maka ia akan mengkonsumsi makanan yang halal Religiusitas sering dimaknai dengan dimensi yang dikenal dengan keyakinan dan dipraktikkan dengan ritual, serta berpengaruh terhadap tendensi sikap baik atau juga akhlak seseorang. Pengertian religiusitas berdasarkan dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Glock dan Stark yaitu seberapa jauh pengetahuan, seberapa kuat keyakinan, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan seseorang terhadap agama yang dianutnya.

## Minat Beli

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian

pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Yoebrilanti, 2018).

Pendapat yang hampir sama juga diungkapkan oleh Thamrin, menurutnya minat beli adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecendrungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Ardiyastuti, 2021). Sedangkan menurut Philip Kotler, minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Dari beberapa definisi minat beli tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah ketertarikan konsumen akan suatu produk setelah melalui tahap penilaian sebelum pembelian benar-benar terjadi (Kotler et al., 2008).

## METODE

Pendekatan penelitian ini termasuk ke dalam jenis metode penelitian deskriptif kuantitatif, karena penelitian ini bermaksud menjelaskan pengaruh atau hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian dilakukan dengan terlebih dahulu melakukan observasi, kemudian menyebarkan angket melalui google form kepada para responden untuk memperoleh data yang diperlukan. Populasi dalam penelitian ini yaitu jumlah dari keseluruhan masyarakat muslim di Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 832.115. Untuk menentukan banyaknya sampel yang akan diambil dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan rumus Slovin. Jadi total populasi sebanyak 832.115 responden, dengan batas toleransi kesalahan sebesar 10% maka diperoleh sampel sebanyak 99 responden, maka diperbanyak menjadi 246 responden sesuai responden yang memenuhi kriteria dan mengisi kuesioner. Maka dalam penelitian ini, sampel yang diambil yaitu sebanyak 246 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Apabila significant dua arah (sig 2-Tailed)  $< 0,05$  maka pertanyaan atau indikator dikatakan valid, akan tetapi jika nilai significant dua arah (sig 2-Tailed)  $> 0,05$  maka pertanyaan tersebut tidak valid. Dan apabila nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel maka dinyatakan valid, bagitupun sebaliknya. Nilai  $r_{tabel} = N = 247 = 0,124$ . Diperoleh hasil dari hasil uji validitas pada semua butir pertanyaan setiap variabel dalam penelitian ini adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari tabel tersebut adalah nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

#### Uji Reabilitas

Realibilitas ialah ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur. Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0.60$ . Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria
Label Halal Produk	0,809	Reliabel
Komposisi Bahan Pangan	0,880	Reliabel
Religiusitas	0,924	Reliabel
Minat Beli	0,865	Reliabel

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023*

Berdasarkan tabel 4.10 menyatakan bahwa semua variable dinyatakan reliable, dapat dilihat pada nilai koefisien alpha variable Label Halal, Komposisi Bahan Pangan, *Religiusitas* dan Minat Beli lebih besar dari 0,60 dapat dikatakan bahwa variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini Reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinearitas

Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen), jika variable bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal yang artinya variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Cara mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi, sebagai berikut:

- Memiliki nilai  $VIF \leq 10$
- Memiliki nilai  $TOLERANCE \geq 0,10$ .

**Tabel 4.** Hasil Uji Multikolinearitas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.854	.947			
Label Halal	-.119	.026	-.290	.692	1.445
Komposisi Bahan Pangan	-.231	.038	-.464	.459	2.179
Religiusitas	.061	.029	.148	.549	1.821

*Sumber data diolah SPSS, 2023*

#### a. Dependent Variable: Minat Beli

Berdasarkan tabel tersebut bisa dilihat bahwasanya Nilai tolerance pada variabel ( $X_1 = 0,692$ ), ( $X_2 = 0,459$ ) dan ( $X_3 = 0,549$ ), yang mana nilai tolerance ini lebih besar dari 0,10. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya tidak ada gejala multikolinearitas. Nilai VIF pada variabel ( $X_1 = 1,445$ ), ( $X_2 = 2,179$ ) dan ( $X_3 = 1,821$ ) yang mana nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui ada atau tidaknya kesamaan variance dari nilai residual untuk pengamatan pada model regresi. Dasar pengambilan keputusan kala nilai signifikan kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas, dan jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka tidak terjadi



heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *Park* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 5.** Hasil Uji *heteroskedastisitas*  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.503	.121		4.149	<.001
Label Halal	-.074	.039	-.186	-1.910	.057
Komposisi Bahan Pangan	-.083	.036	-.238	-2.291	.065
Religiusitas	.080	.037	.205	2.181	.056

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

a. Dependent Variable: Abs\_Res

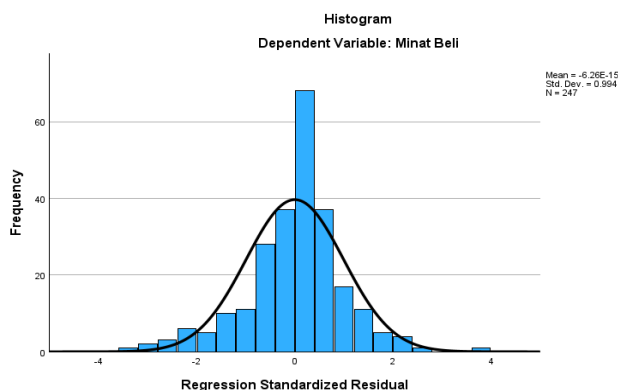
Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variable Label Halal (X1) sebesar  $0,057 > 0,05$ , yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel komposisi bahan pangan (X2) sebesar  $0,065$ , serta nilai signifikansi *Religiusitas* (X3) sebesar  $0,056 > 0,05$  yang Berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

## Uji Hipotesis

### Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara melakukan uji normalitas menggunakan pendekatan analisis garis grafik normal probability plot. Dengan melihat gambar 1 di bawah ini.

**Gambar 2.** Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan gambar grafik diatas dapat dilihat normal probability plot menunjukkan bahwa titik-titik persebaran data berada di sekitar garis, hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

### Uji F (Simultan)

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada atau tidaknya pengaruh suatu variable terikat terhadap variable bebas secara simultan atau bersama-sama. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat dikatakan signifikan atau berpengaruh, dikatakan signifikan jika nilai signifikan variabel  $< 0,05$ . Pembuktian dilakukan dengan cara:

a)  $H_0$  diterima ,Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$

b)  $H_0$  ditolak, Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$

**Tabel 6**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.149	3	12.050	188.155	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	15.562	243	.064		
	Total	51.711	246			

a. Predictors: (Constant), Label Halal, Komposisi Bahan Pangan, Religiusitas

b. Dependent: Minat Beli

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Dalam penelitian ini  $f_{tabel} = f(3; n-k) = f(3; 247 - 3) = f(3; 244) = 0,14$  dengan tingkat kesalahan 5%. Jadi, Nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  ( $188,155 > 2,70$ ). Dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel Label Halal (X1), Komposisi Bahan Pangan (X2) dan *Religiusitas* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) mie instan pada sebagian masyarakat Kota Pekanbaru.

### Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel Label Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli. Untuk mengetahui hasil tersebut bisa melalui dua alternatif yaitu dengan membandingkan antara nilai signifikansi  $\alpha = 0,05$  Dengan  $t_{hitung} < 0,05$  serta dengan cara membandingkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dapat diartikan variabel independen mempengaruhi Variabel Dependen secara parsial (Individu). Kaidah pengambilan keputusan dalam penelitian ini:

a)  $H_0$  di Terima, Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$

b)  $H_0$  di Tolak, Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

**Tabel 7. Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.322	.183		1.759	.080
	Label Halal	.230	.059	.219	3.937	.001
	Komposisi Bahan Pangan	.251	.055	.273	4.603	.001
	Religiusitas	.450	.056	.433	8.063	.001

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

a. Dependent Variable: Minat Beli

$t_{tabel} = n - 1 = df - 1 = 246$ , maka nilai  $t_{tabel}$  nya adalah 1,285. Dapat disimpulkan bahwa :

1) Pada variabel Label Halal (X1) hasil dari nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 3.937 dan nilai signifikansi  $< 0,001$ . Dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,285 sehingga dapat diketahui bahwa

- (3.937 > 1,285) yang artinya  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Dengan demikian, label halal berpengaruh positif terhadap minat beli produk mie instan.
- 2) Pada variabel Komposisi Bahan Pangan (X3) hasil dari nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 4.603 dan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,285 sehingga dapat diketahui bahwa (2,437 > 1,285) yang artinya  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Dan dengan nilai signifikansi 0,001 yaitu (0,001 < 0,05) yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka H2 diterima sehingga Hal ini menunjukkan bahwa variabel komposisi bahan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.
- 3) Pada variabel *Religiusitas* (X3) hasil dari nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 8,063 dan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,285 sehingga dapat diketahui bahwa (8.063 > 1,285) yang artinya  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Dan dengan nilai signifikansi dari 0,05 yaitu (0,000 < 0,05) yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 Maka H3 diterima sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel *Religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk mie instan di wilayah Kota Pekanbaru.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menganalisis data yang bersifat multivariate. Analisis ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh dari variabel Label Halal, Komposisi Bahan Pangan dan *Religiusitas* (variable independen) terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (variable dependen) sebagian masyarakat Kota Pekanbaru, yaitu dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.322	.183			1.759	.080	
Label Halal	.230	.059	.219		3.937	<.001	.402 2.490
Komposisi Bahan Pangan	.251	.056	.273		4.603	<.001	.352 2.844
Religiusitas	.450	.056	.433		8.063	<.001	.430 2.324

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh persamaan sebagai berikut :  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$

$$Y = 0,322 + 0,230X_1 + 0,251X_2 + 0,450X_3 + e$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan, sebagai berikut:

a. Konstanta ( $\alpha$ )

Nilai konstanta dalam regresi ini ialah sebesar 0,322 bernilai positif yang berarti bahwa jika variabel Label Halal, Komposisi Bahan Pangan dan *Religiusitas* tidak terjadi perubahan ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  bernilai 0), maka nilai variabel pada Minat Beli adalah sebesar 0,322.

b. Label Halal ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli

Koefisien regresi pada variabel Label Halal sebesar 0,230 atau sebesar 23% .Maka artinya setiap kenaikan Label Halal 1% maka akan menaikkan Minat Beli sebesar 0,211 atau 21,1%.

c. Komposisi Bahan Pangan (X2) terhadap minat beli.

Koefisien regresi pada variabel Komposisi Bahan Pangan sebesar 0,251 atau sebesar 25,1 % . Maka artinya setiap kenaikan Komposisi Bahan Pangan sebesar 1% maka akan menaikkan Minat Beli sebesar 0,251 atau 25,1% .

d. *Religiusitas* (X3) terhadap Minat Beli

Koefisien regresi pada variabel *Religiusitas* sebesar 0,450 atau sebesar 45%. Maka artinya setiap kenaikan *Religiusitas* sebesar 1% maka akan menaikkan Minat Beli sebesar 0,450 atau 45%.

## Pembahasan

### Pengaruh Label Halal terhadap Minat beli mie instan (X1)

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Label Halal berpengaruh secara signifikan positif terhadap Minat Beli. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 3,937 dengan  $t_{tabel}$  1,285 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi 0,000 maka  $H_1$  “Diterima”. Selain itu hasil pada persamaan regresi linear berganda Label Halal adalah sebesar 0,230 dengan arah positif. Artinya, jika Label Halal meningkat maka Minat Beli masyarakat Kota Pekanbaru akan meningkat sebesar 23%.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami & Hasan (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Samyang Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”. Hasil penelitiannya yaitu Variable Label Halal berpengaruh positif terhadap minat beli.

### Pengaruh Komposisi Bahan Pangan terhadap Minat Beli Mie Instan pada masyarakat Kota Pekanbaru (X2)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel komposisi bahan pangan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini Terbukti dengan adanya nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 4,603 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,285 dan nilai signifikansi 0,001 maka  $H_2$  “Diterima”. Selain itu pada hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan sebesar 0,251 dengan arah positif. Yang berarti jika variabel komposisi bahan pangan meningkat maka Minat Beli masyarakat akan meningkat sebesar 25%.

Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Dedy Firmansyah (2018) “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jambi”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Variabel Bahan makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

### Pengaruh *Religiusitas* terhadap Minat Beli Mie Instan pada masyarakat Kota Pekanbaru (X3)

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Religiusitas* ialah Berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini terbukti dengan adanya nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 8,063 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,285 dan nilai signifikansi 0,000 maka  $H_3$  “Diterima”. Selain itu pada hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan sebesar 0,450 dengan arah positif. Yang berarti jika variabel *Religiusitas* meningkat maka Minat Beli masyarakat akan meningkat sebesar 45%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rakhmawati (2018) yang berjudul “Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Wardah Beauty House Surabaya)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *Religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk.

### **Label Halal, Komposisi Bahan Pangan dan *Religiusitas* berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Mie instan Masyarakat Kota Pekanbaru**

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variable bebas yaitu Label Halal, Komposisi Bahan Pangan dan *Religiusitas* berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli. Hal ini terbukti dengan hasil uji  $f$  yaitu  $f$  hitung sebesar 188,155 dengan nilai  $f$  tabel sebesar 0,14 yang artinya  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel dan dengan nilai signifikansi sebesar  $>0,01$ . Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel Label Halal ( $X_1$ ), Komposisi Bahan Pangan ( $X_2$ ) dan *Religiusitas* ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli ( $Y$ ) Mie Instan pada masyarakat Kota Pekanbaru. Artinya, konsumen yang peduli terhadap logo halal pada kemasan mie Instan Indomie, juga memperhatikan komposisi bahan dari produk tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Flamboyant, F., Praja, A.K.A., Ruswanti, E. (2017) penelitian yang dilakukan oleh Flamboyant menunjukkan bahwa konsumen yang peduli terhadap adanya Logo Halal juga memperhatikan kandungan dari bahan produk (Ingredient), presentase pengaruh yang ditimbulkan dari penelitian ini adalah sebesar 73,8 %. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perhatian terhadap bahan produk mempengaruhi minat beli secara signifikan.

### **SIMPULAN**

Dari hasil analisis data yang dilakukan maka diperoleh simpulan bahwa label halal, komposisi bahan pangan dan religiusitas secara parsial dan simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mie instan Indomie di kota Pekanbaru. Artinya, secara bersama-sama label halal, komposisi bahan pangan dan religiusitas berpengaruh terhadap minat beli masyarakat kota Pekanbaru pada produk mie instan Indomie. Hasil dari persamaan regresi linear berganda Label Halal adalah sebesar 0,230 dengan arah positif. Artinya, jika Label Halal meningkat maka Minat Beli masyarakat Kota Pekanbaru akan meningkat sebesar 23%. Sedangkan koefisien komposisi bahan pangan sebesar 25,1%, artinya setiap kenaikan komposisi bahan pangan 1% maka akan menaikkan minat beli sebesar 25,1%. Koefisien regresi religiusitas sebesar 45%, artinya setiap kenaikan religiusitas sebesar 1% maka akan menaikkan minat beli sebesar 45%. Hal ini juga akan memudahkan produsen untuk mengidentifikasi area perbaikan seperti yang diharapkan oleh konsumen Muslim sehingga meningkatkan kemampuan produsen produk makanan halal untuk melayani konsumennya baik sekarang maupun di masa depan.

### **REFERENSI**

- Agus, P. A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 149–165.
- Andriyani, A. (2019). Kajian Literatur Pada Makanan Dalam Perspektif Islam Dan Kesehatan. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*, 15(2), 178–198.
- Ardiyastuti, W. A. (2021). *Analisis Faktor Minat Beli Konsumen Perempuan Di Kedai*

- Kopi Balakosa Food And Baverage*. IAIN Ponorogo.  
Dikdukcapil. (N.D.). *Www.Dukcapil.Kemendagri.Go.Id*.  
Firmansyah, E. K. (2017). Sistem Religi Dan Kepercayaan Masyarakat Kampung Adat Kuta Kecamatan Tambaksari Kabupaten Ciamis. *Metahumaniora*, 7(3), 317–331.  
Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48–56.  
Indonesia, T. C. (2023). *Konsumsi Mie Instan Indonesia Terbanyak Ke-2 Di Dunia*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220810164450-92-832971/konsumsi-mi-istan-indonesia-terbanyak-ke-2-di-dunia>  
Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.  
Jumarni. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Importahun 2021. *IEB Journal*, 3(1), 41.  
Kotler, P., Armstrong, G., Maulana, A., Hardani, W., Barnadi, D., & Sabran, B. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2*.  
Marliani, R. (2013). Hubungan Antara Religiusitas Dengan Orientasi Masa Depan Bidang Pekerjaan Pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Jurnal Psikologi*, 9(2), 130–137.  
Meriyenti, A. (2012). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Mengonsumsi Jamu Tradisional Berbahan Kimia Di Wonosobo*. Universitas Islam Indonesia.  
Murdiyanti, S. (2022). *Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Samyang Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa Muslim Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.  
Rahmawati, H. K. (2016). Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro. *Community Development*, 1(2), 35–52.  
Waskito, D., Ananto, M., & Reza, A. (2014). *Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Yogyakarta*. Yogyakarta State University.  
Yoebrilanti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel. *Jurnal Manajemen*, 8(1).