

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHATIME MAHASISWA ISLAM POLITEKNIK NEGERI MEDAN MELALUI GOFOOD

Dahlia Mahdaleni¹, Anriza Witi Nasution², Afifah Faradilasari Harahap³
Keuangan dan Perbankan Syariah^{1,2,3}, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan
dahliamahdaleni@students.polmed.ac.id¹, anrizanasution@polmed.ac.id²,
afifahhrp@students.polmed.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian chatime melalui gofood pada mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak responden yaitu mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan dengan menggunakan kuesioner sebagai data primer. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dan uji parsial (uji t) dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$) yang diolah dengan bantuan SPSS 25. Berdasarkan hasil uji parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian minuman chatime mahasiswa islam Politeknik Negeri Medan melalui gofood.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, Keputusan Pembelian, Gofood

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi akan membantu konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Di zaman modern ini, jual beli tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi bisa dilakukan secara *online*. Melalui transaksi jual beli online, konsumen tidak harus mendatangi toko dan memilih produk mana yang akan dibeli. Melalui aplikasi, konsumen sudah bisa mendapatkan produk yang diinginkan dengan harga yang cukup bersaing. Hal tersebut tentu saja sangat membantu konsumen, selain hemat waktu jual beli online juga sangat efisien dan efektif. Jual beli secara online sudah memasuki berbagai bidang termasuk untuk bidang makanan dan minuman.

Salah satu perusahaan yang menawarkan jasa jual beli online makanan dan minuman secara online di Indonesia adalah aplikasi Gojek. Gojek merupakan layanan transportasi online yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2011. Gojek hadir pertama kali di wilayah Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Bali dengan aplikasi berbasis *mobile* pada tahun 2015. Kehadiran gojek disambut baik oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat beranggapan bahwa dengan adanya gojek dapat membuat pekerjaan menjadi mudah dan cepat. Gojek hadir dengan menyediakan jasa gofood, gomart, gopay, goplay, gogame, gotix, gosend, gogive. Gofood merupakan layanan pesan antar makanan di Indonesia. Untuk mempertahankan eksistensinya, gojek selalu membuat inovasi-inovasi yang menarik bagi penggunanya termasuk untuk fitur Gofood seperti menyediakan promo-promo menarik yang dihadirkan dengan syarat dan ketentuan tertentu. Gofood mencatat bahwa setiap bulannya melakukan 50.000.000 transaksi perbulannya. Hal ini menandakan bahwa banyak masyarakat yang percaya untuk melakukan pemesanan makanan melalui aplikasi gojek. Gojek bekerja sama dengan *partner* atau *merchant* dan resmi bekerja sama dengan Gofood untuk mempertahankan kepuasan konsumen dengan menawarkan berbagai macam toko yang menyediakan makanan serta minuman. Hingga saat ini lebih dari 400.000 *merchant* yang telah bekerja sama dengan Gofood yang ada di berbagai kota di Indonesia. Salah satu *merchant* yang bekerja sama dengan Gofood adalah minuman chatime.

Chatime merupakan minuman dengan ciri khas teh yang cukup populer pada saat ini. Tidak hanya berjualan secara langsung di *outlet*, *chatime* juga berjualan secara *online* dengan cara menjadi mitra dari aplikasi gojek. Saat ini *chatime* memiliki gerai sebanyak 389 yang tersebar di 58 kota di Indonesia sedangkan di kota Medan sendiri, *chatime* memiliki 16 gerai yang tersebar di berbagai lokasi.

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal penting dalam hal kemajuan perusahaan, karena semakin besar konsumen ingin membeli produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, maka akan semakin besar peluang perusahaan untuk mendapatkan profit dan pelanggan tetap. Tidak hanya menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari segi bisnis, tetapi juga mempengaruhi banyaknya konsumen untuk membeli suatu produk. Dengan demikian perusahaan tersebut akan dikenal banyak orang dan konsumen akan loyal kepada perusahaan tersebut. Terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis (Kotler dan Amstrong, 1997:154).

Halal merupakan unsur penting dalam mempertimbangkan keputusan pembelian produk bagi seorang muslim. Sebagian besar masyarakat Indonesia beragama Islam. Hal ini berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021. Wajib hukumnya bagi seorang muslim untuk dapat mengkonsumsi sesuatu yang halal dan thayyib. Melalui sertifikasi halal yang dikantongi oleh perusahaan makanan dan minuman, akan menjamin kehalalan dan keamanan bagi umat muslim yang mengkonsumsi suatu produk makanan dan minuman. Label halal produk akan didapatkan jika perusahaan sudah memiliki sertifikasi halal yang diberikan oleh pihak yang berwenang. Berdasarkan hal tersebut seharusnya para pebisnis yang memiliki usaha di Indonesia memproduksi produk yang halal karena kehalalan adalah hal yang paling penting bagi seorang muslim. Layanan gofood pada aplikasi gojek tidak memiliki kategori makanan ataupun minuman yang halal maupun haram. Seorang muslim harus memastikan bahwa makanan yang dipesan melalui gofood tersebut adalah makanan yang halal. Perlu dilakukan penelitian apakah seorang muslim sudah memastikan bahwa makanan dan minuman yang dipesan melalui gofood sudah memiliki sertifikasi halal atau belum.

Berdasarkan hasil prapenelitian yang dilakukan kepada 10 mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan yang pernah membeli minuman chatime melalui aplikasi Gojek, 80% responden menyatakan bahwa sebelum memutuskan membeli tidak memperhatikan kepastian halal melalui sertifikasi halal yang dimiliki perusahaan chatime. Keputusan pembelian yang dilakukan seorang muslim baik itu secara langsung maupun online harus memperhatikan unsur halal. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah konsumen muslim dalam melakukan pembelian chatime melalui aplikasi gofood sudah memperhatikan unsur halal atau belum. Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan maka ditetapkan pertanyaan apakah sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan melalui gofood.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Pustaka pada dasarnya memuat semua informasi yang diperoleh dari pustaka yang telah terbit dan terkait dengan permasalahan yang akan ditinjau.

Keputusan Pembelian dalam Persepsi Islam

Keputusan pembelian merupakan serangkaian tahapan yang dilewati oleh konsumen dalam memutuskan produk dan jasa yang akan dibeli dimana keputusan tersebut juga dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri. Prinsip pengambilan keputusan dalam Islam menekankan pada perilaku yang adil seperti yang dikenal dengan istilah “tidak menzalimi dan tidak dizalimi” yaitu pelaku ekonomi tidak boleh mengejar keuntungan pribadi bila hal tersebut dapat merugikan orang lain. Hal ini diterangkan dalam Al-Qur’an Surat Ali-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakal lah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal”.

Dalam Islam saat seseorang mengkonsumsi sesuatu berhubungan erat dengan *masalah*. Menurut Imam Shatibi dalam (Mustafa et al., 2006:62) *masalah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia dimuka bumi. *Maslahah* terdiri dari lima dasar yaitu kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta badan (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nasl*). Kelima elemen tersebut akan tercapai dan terpelihara dengan dukungan barang dan jasa pada setiap individu. Dalam konsep *masalah*, konsumen akan menentukan sikap yang diambil sehingga akan mencapai kepuasan yang maksimal dengan memperhatikan norma-norma Islam. Sehingga tujuan seorang muslim mengkonsumsi suatu produk bukan hanya sekedar kepuasan terhadap barang (utilitas), tetapi juga memaksimalkan *masalah*.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu (Kotler dan Keller, 1997:154):

1) Faktor Kebudayaan

a. Budaya

Budaya merupakan seperangkat nilai, persepsi, keinginan, dan perilaku dasar yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor ini merupakan dasar yang menyebabkan keinginan dan perilaku seseorang.

b. Sub Budaya

Sub budaya merupakan sekelompok orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum. Setiap budaya akan memiliki subbudaya yang lebih kecil dengan sistem nilai yang terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan bagian-bagian yang secara relatif permanen dan tersusun dalam suatu masyarakat yang anggota-anggotanya memiliki nilai, kepentingan atau minat, serta memiliki perilaku yang sama.

2) Faktor Sosial

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan kelompok-kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang.

b. Keluarga

Keluarga adalah kumpulan individu yang memiliki ikatan darah dan berperan penting dalam pembelian. Anggota keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat.

c. Peran dan Status

Setiap peran akan membawa status yang mencerminkan pengakuan umum masyarakat sesuai dengan status itu. Peran adalah kegiatan yang diharapkan seseorang untuk dilakukan yang mengacu pada orang-orang disekelilingnya. Sedangkan status merupakan pengakuan umum masyarakat yang sesuai dengan peran yang dimainkan.

3) Faktor Pribadi

a. Usia dan Siklus Hidup

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga. Pola yang diterapkan keluarga akan mempengaruhi perilaku individu dalam menetapkan suatu keputusan.

b. Pekerjaan

Pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang akan mempengaruhi minat dan keputusan seseorang dalam menentukan produk yang akan dibeli.

- c. Situasi Ekonomi
Situasi ekonomi seseorang akan sangat mempengaruhi pilihan produk yang akan dibeli.
 - d. Gaya Hidup
Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang tercermin dalam kegiatan aktivitas, minat, serta pendapatnya. Gaya hidup menggambarkan bagaimana pola tindakan serta interaksi seseorang secara menyeluruh.
 - e. Kepribadian dan Konsep Diri
Kepribadian menggambarkan karakteristik psikologis yang uni yang mengacu secara relatif tanggapan yang konsisten pada lingkungan sekitar seseorang. Kepribadian memiliki manfaat dalam menganalisis perilaku konsumen dalam memilih produk dengan berbagai merek yang tersedia.
- 4) Faktor Psikologis
- a. Motivasi
Kebutuhan dengan dorongan yang kuat akan menimbulkan rasa ingin memiliki produk yang sesuai kebutuhan dan keinginan untuk mencapai rasa kepuasan.
 - b. Persepsi
Persepsi merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya sehingga akan terbentuk tanggapan dan penerimaan.
 - c. Pembelajaran
Pembelajaran merupakan perubahan-perubahan yang terjadi dalam perilaku individu yang timbul dari pengalaman. Pembelajaran yang dimaksud yaitu perubahan perilaku seseorang yang timbul melalui pengalaman yang telah ia lalui.
 - d. Kepercayaan dan Sikap
Kepercayaan adalah suatu pemikiran seseorang yang deskriptif mengenai sesuatu. Kepercayaan didasarkan pada pengetahuan, opini, dan keyakinan yang nyata. Sedangkan sikap merupakan gambaran evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang secara relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan.
- 5) Pembeli
- Pembeli merupakan seseorang yang melalui beberapa tahap untuk memutuskan melakukan tindakan pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Keputusan pembelian terdiri dari lima indikator yaitu Kotler dalam (Indrasari, 2019:75):
- a. Tujuan dalam membeli sebuah produk
Konsumen akan mengambil keputusan saat membeli sebuah produk atau menggunakan uang tersebut untuk kepentingan lainnya. Perusahaan harus mampu memusatkan perhatian konsumen yang berminat membeli produk. Perusahaan juga harus bisa membaca situasi tujuan konsumen dalam membeli produk.
 - b. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek
Konsumen akan mengambil keputusan atas merek mana yang akan dibeli setelah membandingkan dengan merek lainnya. Setiap produk memiliki perbedaan-perbedaan dengan ciri khas tersendiri.
 - c. Kemantapan pada sebuah produk
Keputusan yang diambil konsumen setelah melalui tahapan-tahapan proses keputusan pembelian dengan mempertimbangkan informasi yang telah dimiliki.
 - d. Kebiasaan dalam membeli produk
Pengalaman yang dimiliki oleh seseorang secara berulang kali sehingga akan membentuk pola kebiasaan individu dalam melakukan pembelian.
 - e. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
Ketika seseorang merasa puas terhadap produk yang telah dikonsumsinya, maka seseorang tersebut akan menyampaikan dan menyarankan kepada individu lain informasi yang positif yang telah ia miliki sehingga orang lain tertarik untuk melakukan pembelian.
 - f. Melakukan pembelian ulang

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Konsumen yang telah nyaman dan puas terhadap produk atau jasa akan melakukan pembelian secara berkesinambungan.

Sertifikasi Halal

Halal berarti diperbolehkan atau diijinkan dalam agama Islam. Halal berasal dari kata *halla*, *yahillu*, *hillan* yang artinya membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, membolehkan. Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam. umat Islam diwajibkan mengkonsumsi sesuatu yang halal dan mengandung nilai-nilai kebaikan sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ۝

Artinya: “Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

Selain wajib mengkonsumsi sesuatu yang halal, umat Islam juga wajib mengkonsumsi yang thayyib. Dari segi bahasa, thayyib memiliki arti lezat, baik, sehat dan menentramkan. Hal ini diperintahkan Allah Swt. melalui Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Umat muslim saat mengkonsumsi suatu produk akan merasa aman dan nyaman jika produk yang dikonsumsi sudah dijamin kehalalannya. Di Indonesia kehalalan terhadap suatu produk akan dijamin oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH didukung tugas dan fungsinya melalui Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 yaitu tentang registrasi halal, sertifikasi halal, verifikasi halal, melakukan pengawasan kehalalan produk, kerjasama dengan seluruh *stakeholder* terkait, serta menetapkan standard kehalalan sebuah produk.

Menurut UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) ayat 10 sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Pengelola Jaminan Produk Halal) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI. Sertifikat halal merupakan syarat untuk dapat mencantumkan label halal pada suatu produk.

Label halal memiliki indikator sebagai berikut (LPPOM MUI):

- 1) Perusahaan yang telah memiliki ketetapan halal harus mencantumkan logo halal pada kemasan produknya.
- 2) Logo halal yang dicantumkan harus jelas dan mudah dibaca.
- 3) Logo halal menempel pada kemasan secara langsung.
- 4) Tempat peletakan logo halal berada pada tempat yang mudah dilihat dengan ukuran yang memudahkan konsumen untuk membaca logo halal tersebut.
- 5) Perusahaan tidak boleh merubah bentuk logo halal.

Sertifikasi halal memiliki indikator-indikator yaitu (Rizki, 2020):

- 1) Legalitas lembaga sertifikasi
Jaminan yang diberikan oleh suatu instansi yang telah disahkan oleh kementerian yang terkait.
- 2) Keterangan sertifikasi halal
Keterangan yang dicantumkan dalam kemasan produk.
- 3) Akreditasi lembaga sertifikasi

Penentu standar mutu dan penilaian lembaga sertifikasi halal.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Merumuskan masalah dan menentukan tujuan penelitian.
- 2) Mengunjungi lokasi penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan.
- 3) Melakukan studi kepustakaan terkait sertifikasi halal, citra merek, harga, dan keputusan pembelian.
- 4) Menghitung sampel yang akan digunakan serta menentukan teknik pengambilan sampel.
- 5) Membuat dan menyebarkan kuesioner.
- 6) Mengolah data.
- 7) Membuat kesimpulan dan saran sesuai hasil yang telah diperoleh.

Lokasi penelitian dilakukan di Politeknik Negeri Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan yang merupakan konsumen minuman chatime yang pernah melakukan pembelian melalui aplikasi Go-Jek. Jumlah pasti dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti. Metode yang digunakan peneliti dalam menentukan sampel menggunakan metode Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2013:91). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 sampel. Jadi, sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan yang merupakan konsumen minuman chatime yang pernah melakukan pembelian melalui aplikasi Go-Jek sebanyak 100 responden.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kuesioner/Angket
Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:141). Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan yang merupakan konsumen minuman chatime yang pernah melakukan pembelian melalui aplikasi Go-Jek
- 2) Studi Kepustakaan
Dalam melengkapi penelitian dibutuhkan kegiatan pengumpulan informasi melalui studi kepustakaan. Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dan media internet berupa buku-buku yang berkaitan dengan penelitian, tulisan ilmiah seperti skripsi maupun jurnal nasional.

Penelitian ini menggunakan analisis statistik, yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian chatime mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan melalui gofood.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil penelitian yaitu hasil analisis, perancangan dan keluaran dari penelitian (Aplikasi) yang dapat dilengkapi dengan table, grafik atau gambar. Bagian dari pembahasan memaparkan hasil pengolahan data dan interpretasi hasil penelitian yang diperoleh serta mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi	Konstanta	Kesimpulan
Sertifikasi Halal	0,072	0.267	Positif Signifikan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Dengan demikian persamaan regresi berganda dapat diketahui sebagai berikut:

$$KP = 0,267 + 0,072 SH$$

Dari rumus regresi diatas dapat dinyatakan nilai koefisien regresinya sebagai berikut:

- 1) Nilai a sebesar 0,267 yang merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan pembelian (KP) belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel sertifikasi halal (SH)
- 2) Apabila nilai sertifikasi halal mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 72,2%.

Uji Parsial (uji statistik t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tingkat signifikansi 0,05 atau melihat nilai sign < 0.05 dan nilai thitung > nilai ttabel. Hasil uji t dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.497	0.277		5.4	0
	Sertifikasi Halal	0.577	0.079	0.594	7.302	0

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 2 diatas Variabel sertifikasi halal mempunyai nilai probabilitas (sig) lebih kecil dari nilai alpha (α) yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak yang artinya variabel Sertifikasi Halal Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime Melalui Aplikasi Gojek.

Sudah menjadi kewajiban bagi umat Islam untuk dapat mengkonsumsi sesuatu yang halal lagi baik seperti yang di perintahkan Allah SWT melalui Q.S Albaqarah ayat 168. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian ini bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan thitung lebih besar dari ttabel, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh tingkat signifikansi variabel sertifikasi halal sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan thitung sebesar 7,302 lebih besar dibandingkan ttabel 1,984 ($7,302 > 1,984$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel sertifikasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian minuman chatime melalui gofood. Hal ini menandakan bahwa banyak konsumen chatime yang merupakan mahasiswa, khususnya konsumen muslim dalam melakukan keputusan pembelian masih memperhatikan sertifikasi halal. Masih banyak konsumen muslim yang masih melakukan pemeriksaan terhadap label halal saat akan melakukan keputusan pembelian.

Di era digital ini, sudah saatnya perusahaan lebih peka terhadap kebutuhan masyarakat. Saat ini masyarakat lebih memilih memanfaatkan teknologi untuk melakukan pembelian karena lebih efisien dan hemat waktu. Berdasarkan informasi yang dipaparkan kompas.com, Platform online

delivery (OFD) GoFood yang merupakan bagian dari layanan aplikasi gojek yang menjadi layanan pesan antar makanan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Konsumen *chatime* menjadi bagian dari masyarakat yang memanfaatkan fitur dari layanan aplikasi gojek dalam melakukan pembelian.

Umat Islam sebaiknya lebih berhati-hati dalam melakukan keputusan pembelian dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan terkait hukum Islam dalam pembelian sehingga aktivitas pembelian yang dilakukan akan menjadi halal dan *thayyib* sesuai dengan ajaran Islam dan konsumsi akan menjadi berkah. Tidak hanya memperhatikan konsep halal dan *toyyib* dari bahan dan kualitas barang yang dibeli saja, namun juga seluruh aspek yang meliputi transaksi yang dilakukan.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dengan mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Variabel sertifikasi halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *chatime* mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan melalui *gofood*. Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka saran yang dapat diajukan adalah Pada layanan *gofood* pada aplikasi gojek, belum ada kategori makanan yang halal dan haram. Sebaiknya aplikasi gojek memberikan tanda sebagai pembeda makanan yang halal dan haram sehingga konsumen terutama konsumen muslim lebih nyaman dan aman dalam melakukan pembelian makanan dan minuman. Nilai sertifikasi halal yang dimiliki oleh perusahaan *chatime* sudah cukup baik. Oleh karena itu diharapkan *chatime* mampu mempertahankan tingkat kehalalan suatu produk yang akan ditawarkan, sehingga konsumen dapat menikmati keberkahan dari setiap produk yang akan dikonsumsi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih Kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S.Muhlisin, & W.Munazawar. (2020). *Implementation of Online Food Purchases Through Go-Food in the. Jurnal Syarikah* 6, 151–159.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.
- Kotler & Amstrong. (1997). *Buku Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Mustafa, et al. (2006). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Kencana.
- Rizki, S. (2020). *Pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada usaha. Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- <https://www.gojek.com/blog/gojek/go-jek-dimana-mana/>. Diakses 12 Juli 2022. Pukul 20:04 WIB.
- <https://www.halalmui.org/mui14/>. Diakses 10 Mei 2022. Pukul 18:35 WIB.