

**PENGARUH HARGA, PREFERENSI LABEL HALAL, DAN
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OBAT BEBAS PADA MASYARAKAT KECAMATAN KARANGPUCUNG
KABUPATEN CILACAP**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:
SITI MARFIXOH
NIM. 1817201039

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Marfixoh
NIM : 1817201039
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 6 Januari 2023

Saya yang menyatakan,



Siti Marfixoh
NIM. 1817201039



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul

PENGARUH HARGA, PREFERENSI LABEL HALAL, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT BEBAS PADA MASYARAKAT KECAMATAN KARANGPUCUNG KABUPATEN CILACAP

Yang disusun oleh Saudara **Siti Marfixoh NIM 1817201039** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **16 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Sarpini, M.E.Sy.
NIP. 19630404 201801 2 001

Pembimbing/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Purwokerto, 24 Januari 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Siti Marfixoh NIM 1817201039 yang berjudul :

Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap

saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 6 Januari 2023

Pembimbing,



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

MOTTO

*“Datangnya kesulitan pasti bersama kemudahan,
Allah is the best planner”*

-Siti Marfixoh-



**PENGARUH HARGA, PREFERENSI LABEL HALAL, DAN
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OBAT BEBAS PADA MASYARAKAT KECAMATAN KARANGPUCUNG
KABUPATEN CILACAP**

**Siti Marfixoh
NIM. 1817201039**

E-mail: sitimarfixoh09@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Banyak faktor yang dipertimbangkan untuk memenuhi kebutuhan kesehatan seseorang, terutama dengan latar belakang seorang muslim dalam membeli obat bebas, diantaranya harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk. Harga obat bebas yang terjangkau sangat diminati oleh seluruh warga Karangpucung. Namun, hanya sebagian kecil dari seluruh warga Karangpucung yang peduli dan prefer dengan adanya label halal pada kemasan obat bebas, padahal hampir seluruh penduduknya beragama Islam. Di samping itu, rendahnya tingkat pendidikan di Kecamatan Karangpucung berpotensi memicu rendahnya pengetahuan seseorang tentang obat bebas. Namun, tidak menutup kemungkinan pengetahuan yang dimiliki oleh orang yang berpendidikan tinggi pun tidak lebih banyak dari yang berpendidikan rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap yang pernah melakukan pembelian obat bebas baik di apotek, toko obat, maupun warung-warung. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa secara parsial harga dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap. Sedangkan, preferensi label halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap. Akan tetapi, secara simultan ketiga variabel tersebut mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap.

Kata Kunci: *Harga, Preferensi Label Halal, Pengetahuan Produk, Keputusan Pembelian, Obat Bebas*

**THE EFFECT OF PRICE, HALAL LABEL PREFERENCES, AND
PRODUCT KNOWLEDGE ON PURCHASING DECISIONS OF OVER
THE COUNTER DRUGS IN THE PEOPLE OF KARANGPUCUNG
DISTRICT, CILACAP REGENCY**

**Siti Marfixoh
NIM. 1817201039**

E-mail: sitimarfixoh09@gmail.com

Study Program of Islamic Economics, Islamic Economics and Business Faculty
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Many factors are considered to meet one's health needs, especially with a Muslim background in buying over-the-counter drugs, including price, preference for halal labels, and product knowledge. The affordable price of over-the-counter drugs is in great demand by all Karangpucung residents. However, only a small portion of all Karangpucung residents care and prefer the existence of a halal label on the over-the-counter drug packaging, even though almost the entire population is Muslim. In addition, the low level of education in Karangpucung District has the potential to trigger a person's low knowledge about over-the-counter drugs. However, it is possible that the knowledge possessed by people with higher education is no more than those with low education. This study aims to determine the effect of price, halal label preferences, and product knowledge both partially and simultaneously on the decision to purchase over-the-counter drugs in the people of Karangpucung District, Cilacap Regency.

The research method used is a quantitative method. The population of this study is the people of Karangpucung District, Cilacap Regency, who have purchased over-the-counter drugs at pharmacies, drugstores, and stalls. The number of samples in this study was 100 people using purposive sampling. Data collection techniques by distributing questionnaires and interviews. The data analysis used in this research is multiple linear regression.

The research results obtained showed that partially price and product knowledge had a positive and significant effect on the decision to purchase over-the-counter drugs in the people of Karangpucung District, Cilacap Regency. Meanwhile, preference for the halal label partially has no significant effect on the decision to purchase over-the-counter drugs in the people of Karangpucung District, Cilacap Regency. However, simultaneously these three variables have a positive and significant influence on the decision to purchase over-the-counter drugs in the people of Karangpucung District, Cilacap Regency.

Keywords: Price, Halal Label Preference, Product Knowledge, Purchasing Decision, Over The Counter

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة لفر	Ditulis	Zakat al-fitr
----------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

ا	Fathah	Ditulis	a
ي	Kasrah	Ditulis	i
و	Dammah	Ditulis	u

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	jāhiliyah
2.	Fathah + ya" mati	Ditulis	a
	تنس	Ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	karīm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furūd

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya" mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyas
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	As-sama
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furūd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur atas limpahan rahmat, ridho, serta karunia dari Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, persembahkan skripsi dan rasa terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Prof. Dr. H. Mohammad Roqib, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. Ridwan, M.Ag. selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M. selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Sofwa Safrani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi, dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Segenap dosen dan staff UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Darmanto dan Ibu Duriyah serta segenap keluarga besar atas kasih sayang yang tiada batas, doa, nasehat, dukungan serta motivasi yang telah diberikan selama ini baik secara materi maupun non materi.
11. Sahabat tersayang, Riska Jayanti, Nur Kholilah, Ngamilatul Khasanah, dan Ika Sumiati tempat berkeluh kesah saya, yang paling mengerti saya lebih dari orang lain. Terimakasih atas support yang selama ini selalu diberikan.
12. Teman seperjuangan calon-calon orang sukses kelas Ekonomi Syariah A angkatan 2018.
13. Pihak responden penelitian skripsi saya, terimakasih telah membantu proses penyelesaian tugas akhir saya.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
15. *Dear myself*, terimakasih pada akhirnya saya dapat sampai di titik ini.

Semoga atas semua partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal baik, dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan karunia-Nya kepada kita semua. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak sekali kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat membutuhkan saran dan kritikan yang membangun untuk lebih baik kedepannya.

Purwokerto, 6 Januari 2023



Siti Marfixoh

NIM. 1817201039

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Daftar Obat Bebas Yang Tidak Berlabel Halal, 3
Tabel 2	Penduduk Usia 5+ Menurut Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan di Kecamatan Karangpucung Tahun 2020, 5
Tabel 3	Empat Jenis Pengambilan Keputusan Pembelian, 21
Tabel 4	Perbandingan Penelitian Terdahulu, 28
Tabel 5	Variabel dan Indikator Penelitian, 42
Tabel 6	Skala Likert, 43
Tabel 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 51
Tabel 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 52
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, 52
Tabel 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir, 53
Tabel 11	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-bulan, 54
Tabel 12	Hasil Uji Validitas, 56
Tabel 13	Hasil Uji Reliabilitas, 57
Tabel 14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda, 60
Tabel 15	Hasil Uji F (Simultan), 64
Tabel 16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>), 65

DAFTAR GAMBAR

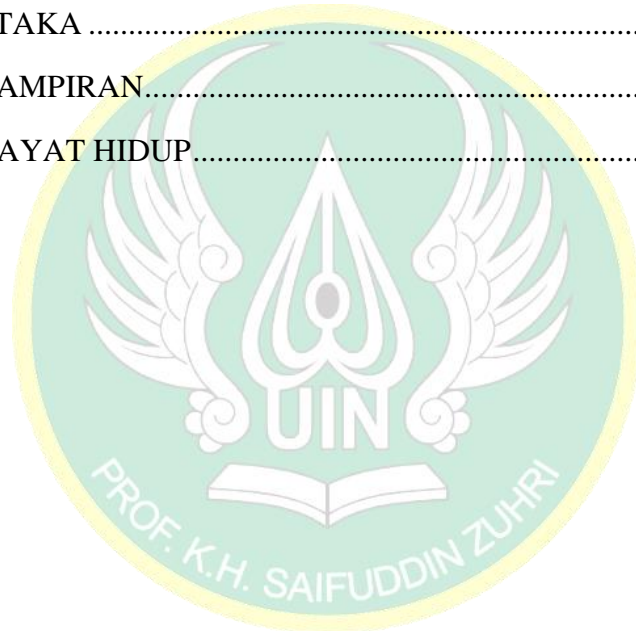
- Gambar 1 Logo Halal, 17
- Gambar 2 Model Penelitian, 35
- Gambar 3 Peta Wilayah Kecamatan Karangpucung, 50
- Gambar 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili, 54
- Gambar 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian Obat Bebas, 55
- Gambar 6 Hasil Uji Linieritas, 59



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II : LANDASAN TEORI.....	10
A. Kajian Teori.....	10
1. Teori Perilaku Direncanakan (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	10
2. Harga	12
3. Preferensi Label Halal	15
4. Pengetahuan Produk.....	18
5. Keputusan Pembelian	19
6. Obat Bebas	23
B. Kajian Pustaka	27
C. Landasan Teologis	31
D. Model Penelitian.....	34
E. Hipotesis Penelitian	35
BAB III : METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39

D. Variabel dan Indikator Penelitian	41
E. Pengumpulan Data Penelitian.....	43
F. Teknik Analisis Data Penelitian	44
BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	50
A. Gambaran Umum Kecamatan Karangpucung	50
B. Karakteristik Responden.....	51
C. Hasil Penelitian.....	55
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
BAB V : PENUTUP	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	74
C. Keterbatasan Penelitian	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	105



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap warga negara mempunyai hak untuk memperoleh kesehatan yang baik. Kesehatan merupakan hak asasi manusia dan salah satu unsur kesejahteraan yang harus diwujudkan sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana yang tertuang dalam Pancasila dan UUD 1945. Ditinjau dari Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No.36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, menyatakan

“Kesehatan adalah keadaan sehat, baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomis.”

Masalah kesehatan menjadi salah satu masalah yang sangat serius di setiap negara, baik negara maju maupun negara berkembang, khususnya negara Indonesia. Kesehatan adalah salah satu faktor penentu Indeks Pembangunan Manusia sehingga harus dipelihara dan ditingkatkan kualitasnya. Salah satu komitmen pelayanan kesehatan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia adalah ketersediaan obat bagi masyarakat (Gita dan Sulistyowati, 2020).

Berdasarkan Undang-Undang No.36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, obat adalah bahan atau paduan bahan termasuk biologi yang berguna untuk mempengaruhi atau menganalisis sistem fisiologis atau kondisi patologis sehubungan dengan diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan dan kontrasepsi untuk manusia. Tindakan pertama yang biasa dilakukan oleh masyarakat untuk mengatasi penyakit ringan yaitu dengan berswamedikasi (pengobatan sendiri). Survei Badan Pusat Statistik pada tahun 2019-2021, tentang pengobatan sendiri di wilayah Jawa Tengah mencapai 83,91% (BPS Indonesia, 2021). Produk obat bebas merupakan salah satu pilihan masyarakat dalam pengobatan sendiri. Masyarakat menggunakan obat bebas dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat untuk mendapatkan obat tersebut, yang biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu seperti

keterjangkauan harga, ketersediaan obat bebas bagi masyarakat, dan faktor lainnya.

Harga menjadi salah satu faktor penentu keputusan pembelian oleh konsumen. Harga adalah nilai dari sejumlah alat tukar (uang) yang diberikan oleh konsumen karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut atas manfaat-manfaat yang didapatkannya. Harga timbul karena adanya nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2008: 345). Harga obat diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan No. 98 Tahun 2015 tentang Pemberian Informasi Harga Eceran Tertinggi Obat, sehingga dapat menjadi acuan bagi industri farmasi dalam menentukan harga obat yang dipasarkannya. Harga obat bebas disetiap apotek, toko obat, atau warung bervariasi tergantung pada penetapan indeks dan tujuan masing-masing obat. Berdasarkan survei pada 18 Juli 2022, apotek dan beberapa warung di Kecamatan Karangpucung rata-rata menjual obat bebas dengan harga kisaran mulai dari Rp. 3.000,- sampai Harga Eceran Tertinggi (HET) sehingga untuk konsumen yang keadaan ekonominya kurang dapat membelinya juga. Berbeda ketika berobat di rumah sakit atau klinik, harga obat menjadi lebih mahal karena ditambah biaya jasanya.


Faktor lain yang menjadi penentu keputusan pembelian obat bebas adalah preferensi label halal. Label halal menjadi bagian penting dalam sebuah kemasan obat. Dengan adanya label halal, dapat dikatakan bahwa obat tersebut halal untuk dikonsumsi. Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak konsumen yang memperhatikan produk yang mereka beli. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya kaum muslim dan non-muslim yang lebih memilih untuk membeli produk halal sebab dijamin aman dan bersih. Produk halal yaitu produk yang dapat dikonsumsi sesuai Syariat Islam. Kesadaran para konsumen ini juga mempengaruhi konsumsi yang disediakan oleh apotek, khususnya konsumsi obat. Faktor utama pendukungnya yaitu sebagian besar penduduk Indonesia adalah muslim dan adanya peluang permintaan produk halal dari konsumen non-muslim, terutama yang menganggap produk halal sebagai produk yang tidak diragukan lagi kesehatannya (Airlangga, 2018).

Meningkatnya permintaan ini juga didukung oleh situasi dan kondisi adanya virus Covid-19 dalam tiga tahun terakhir.

Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri, per 31 Desember 2021, penduduk muslim Indonesia telah mencapai 86,9% atau sekitar 237,53 juta (DataIndonesia.id, 2022). Direktur Produksi dan Distribusi Kefarmasian Kementerian Kesehatan RI, Dr.. Dra. Agusdini Banun Saptaningsih, Apt., mengakui bahwa Indonesia memiliki kesempatan besar dalam produk obat halal. Selain mayoritas beragama Islam, Indonesia juga merupakan pusat Organisasi Kerjasama Islam (OKI). Hal tersebut menjadi keuntungan bagi Indonesia untuk memperluas pasar ekspor farmasi halal ke negara lain, terutama negara Timur Tengah. Akan tetapi, kita perlu terus memanfaatkan kesempatan ini. Terhitung hingga 24 Maret lalu, ada 19.483 produk yang terdaftar di BPOM, namun baru 2.586 produk (obat dan vaksin) yang telah mendapatkan sertifikasi halal. Artinya, obat halal yang beredar di Indonesia baru mencapai 13,27% dari total keseluruhan produk yang sudah terdaftar di BPOM, sehingga peluang sertifikasi halal masih sangat terbuka (MUI, 2021).

Di Kabupaten Cilacap sendiri terdapat 154 apotek dan hanya ada 4 apotek yang berkembang di Kecamatan Karangpucung, yaitu Apotek Annisa Farma, Apotek Karangpucung, Apotek Arra, dan Apotek Insani (Dinkes Cilacap, 2022). Di samping itu, tidak semua obat bebas yang dijual di apotek tersebut dan di warung-warung sudah berlabel halal. Padahal, label halal sangat penting sebagai sumber informasi terkait sebuah produk dan untuk perlindungan konsumen (Gita dan Sulistyowati, 2020). Berikut beberapa daftar obat bebas yang tidak berlabel halal:

Tabel 1
Daftar Obat Bebas Yang Tidak Berlabel Halal

Obat Bebas	Kategori Obat
<p>SANMOL</p> 	<p>Obat Demam</p>

<p>POLDANMIG</p> 	<p>Obat Sakit Kepala</p>
<p>PARACETAMOL DROPS</p> 	<p>Obat Demam</p>
<p>ENTROSTOP</p> 	<p>Obat Diare</p>
<p>TJIE THUN HUN</p> 	<p>Obat Sakit Kepala</p>

Sumber: Data Primer yang diolah

Selain faktor harga dan preferensi label halal, pengetahuan produk juga menjadi faktor penentu keputusan pembelian konsumen. Pengetahuan produk seseorang diduga dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi pula pengetahuan yang dimiliki, sehingga semakin baik pula pemahaman tentang karakteristik produk dan informasi yang lebih jelas mengenai pilihan setiap obat. Pencarian informasi ini dapat memecahkan ketidakyakinan konsumen, dan begitupun sebaliknya (Gita dan Sulistyowati, 2020). Berdasarkan data statistik pendidikan tahun 2021, sebagian besar penduduk di Kecamatan Karangpucung berpendidikan rendah yang didominasi oleh lulusan SD Sederajat sebanyak 20.965 orang. Angka tersebut lebih banyak dibandingkan dengan tamatan tingkat pendidikan lainnya. Berikut data penduduk Kecamatan Karangpucung berdasarkan tingkat pendidikan:

Tabel 2
Penduduk Usia 5+ Menurut Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan
Di Kecamatan Karangpucung
Tahun 2020

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Penduduk
1.	Tidak/Belum Sekolah	6.226
2.	Tidak/Belum Tamat SD	14.686
3.	SD Sederajat	20.965
4.	SLTP Sederajat	14.563
5.	SLTA Sederajat	8.033
6.	Akademi/Perguruan Tinggi	1.478

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap Tahun 2021

Rendahnya tingkat pendidikan di atas memicu rendahnya pengetahuan masyarakat terkait obat bebas. Namun, tidak menutup kemungkinan pengetahuan yang dimiliki oleh orang yang berpendidikan tinggi pun tidak lebih banyak dari yang berpendidikan rendah. Karena untuk mencari informasi terkait obat bebas bisa di dapatkan dari mana pun selama mau mencari informasi yang ingin di dapatkan. Hampir semua orang pernah mengkonsumsi obat, namun tidak semua orang mengetahui bahwa obat memiliki jenis dan kategori yang beragam. Masyarakat biasanya hanya mengenal nama merek obat tanpa mengetahui bahan aktifnya dan tidak memperhatikan efek samping atau bahaya dari konsumsi obat yang berlebihan.

Obat jadi dikelompokkan menjadi tiga jenis, antara lain: obat generik, obat bermerek, dan obat palsu. Dalam Pasal 1 butir ketiga Permenkes No.917/Menkes/Per/X/1993 tentang Wajib Daftar Obat Jadi, disebutkan bahwa obat terdiri dari obat bebas, obat bebas terbatas, obat wajib apotek, obat keras, psikotropika, dan narkotika. Salah satu jenis dari penggolongan obat tersebut yaitu obat bebas. Berdasarkan pedoman umum BPOM, obat bebas yaitu obat yang dijual bebas di pasaran dan dapat dibeli tanpa resep dokter, contohnya Parasetamol. Parasetamol atau asetaminofen adalah obat analgesik dan antipiretik yang banyak digunakan untuk meredakan sakit kepala ringan akut, nyeri ringan hingga sedang, dan demam. Ciri khas pada bungkus dan etiketnya adalah lingkaran hijau dengan pinggiran hitam. Unsur yang

terkandung dalam obat bebas relatif aman selama diminum sesuai petunjuk pada kemasan (Syamsuni, 2006).

Berdasarkan Laporan Tahunan BPOM, pertumbuhan pasar farmasi nasional obat bebas mengalami peningkatan penjualan sebesar 18%. Pasar obat bebas meningkat setiap tahunnya karena kebutuhan masyarakat dalam negeri yang luas dan harganya yang sangat terjangkau dibandingkan dengan obat resep. Beragamnya pilihan obat bebas yang mudah ditemukan di lingkungan masyarakat sekitar seperti di apotek, toko obat atau di warung-warung membuat masyarakat harus lebih teliti lagi dalam memilihnya, khususnya dalam hal memilih obat yang sudah halal (Gita dan Sulistyowati, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara pada 18 Juli 2022 dengan salah satu warga Desa Ciporos Kecamatan Karangpucung, Ibu Purwanti mengatakan alasan membeli obat bebas di warung atau apotek terdekat karena keluarganya yang tidak suka berobat ke dokter, harga obat yang relatif murah, dan jaraknya lebih dekat. Meskipun demikian, beliau tetap memperhatikan label halal, masa kadaluarsa, dan petunjuk penggunaan obat yang tepat. Namun, hanya sebagian kecil dari seluruh warga Karangpucung yang peduli dan prefer dengan adanya label halal, padahal hampir seluruh penduduknya beragama Islam.

Menurut Ismail (2021), dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas di Jawa Barat. Di dukung oleh penelitian Umah (2017), bahwa label halal dan harga juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada mahasiswa pondok pesantren UII. Berbeda dengan penelitian Purnamawati dan Loghe (2017), hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen di Kecamatan Danurejan, Yogyakarta. Selain itu, penelitian Aspan dkk (2017) juga menyatakan bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian lainnya terkait faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian jamu masuk angin kemasan yang dilakukan oleh Annisa dan Wijaya (2019). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan

produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tersebut. Sebab, apabila konsumen tidak mempunyai pengetahuan terkait obat herbal maka dapat membahayakan konsumen itu sendiri. Hal ini didukung oleh penelitian Ashari (2019), bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo. Berbeda dengan penelitian Syawaluddin dan Gobel (2022), yang menyimpulkan bahwa label halal dan pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Dari penjelasan di atas, terdapat perbedaan hasil penelitian dan fenomena di lapangan sehingga penelitian ini menarik untuk dilakukan guna menguji kembali bagaimana pengaruh dari harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk obat bebas sehingga dapat mempengaruhi keputusan masyarakat Kecamatan Karangpucung dalam pembelian produk obat bebas. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap.”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, berikut permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung?
2. Apakah preferensi label halal berpengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung?
3. Apakah pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung?
4. Apakah harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan permasalahannya,, penelitian ini mempunyai tujuan dan manfaat sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung.
 - b. Mengetahui pengaruh preferensi label halal terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung.
 - c. Mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung.
 - d. Mengetahui pengaruh harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Manfaat Teoritis

Harapannya, penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dan meningkatkan pengetahuan terkait perilaku konsumen saat membeli obat bebas, khususnya terkait persepsi harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk.
 - b. Manfaat Praktis
 - 1) Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana penerapan teori yang diperoleh selama di bangku kuliah.
 - 2) Bagi Industri Farmasi, penelitian ini dimaksudkan untuk menambah wawasan yang mendalam tentang pentingnya label halal, persepsi harga, dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
 - 3) Bagi Konsumen, penelitian ini dimaksudkan untuk memperluas wawasan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menjalankan aktivitas ekonomi sesuai syariat Islam, serta pentingnya sebuah pengetahuan.

- 4) Bagi Universitas, penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi bagi penelitian akademis di bidang Ekonomi Islam.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

Berdasarkan pada penelitian terdahulu terdapat penjelasan yang berkaitan mengenai pengaruh harga, preferensi label halal dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian obat bebas. Landasan teori yang berkaitan dengan hal yang diatas yaitu:

1. Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Teori lanjutan berdasarkan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*) yang bertujuan untuk memprediksi perilaku seseorang yang lebih spesifik disebut dengan *theory of planned behavior*. Sedangkan menentukan perilaku seseorang dalam melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang tergantung pada niat atau keinginan yang dimiliki disebut dengan *theory of reasoned action*. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi niat seseorang yaitu sikap terhadap perilaku dan pengaruh sosial. Sedangkan, dalam teori perilaku direncanakan (*theory of planned behavior*) tidak hanya dua faktor tersebut yang mempengaruhi niat atau keinginan seseorang. Teori ini juga menambahkan satu faktor yang dapat mempengaruhi niat atau keinginan seseorang, yaitu persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991).

Sikap terhadap perilaku adalah sikap seseorang dalam menentukan sesuatu itu menguntungkan atau tidak melalui penilaian atas sesuatu tersebut yang dipengaruhi oleh keyakinan tentang konsekuensi dari suatu perilaku. Oleh karena itu, konsepnya adalah sebagai sebuah tingkatan dalam mengukur perilaku seseorang dinilai positif atau negatif. Norma subyektif merupakan perasaan atau dugaan seseorang yang acuannya pada tekanan sosial yang dialami dan dirasakan dalam hal ingin melakukan perilaku atau tidak. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi ini yaitu adanya penilaian orang terdekat seperti pasangan, orang tua, teman, dan juga mentor. Kendali keyakinan yang mencakup pandangan seseorang

merupakan bentuk persepsi atas kontrol perilaku yang dirasakan mengenai kepemilikan atas keterampilan yang dibutuhkan sumber daya atau kesempatan untuk sukses dalam melakukan sesuatu. *Perceived behavior control* ini ditentukan berdasarkan adanya faktor yang kehadirannya memfasilitasi atau menjadi penghalang *skill* individu dalam melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991: 179).

Teori perilaku terencana secara menyeluruh telah digunakan untuk memperkirakan dan memberi penjelasan keinginan dalam berperilaku aktual di psikologi sosial. Namun, teori ini biasanya digunakan pula pada bidang lain seperti kesehatan, olahraga, pendidikan, pemasaran, perilaku organisasi dan beberapa bidang lain (Meitiana, 2017). Dalam memprediksi niat dan perilaku seseorang teori perilaku ini banyak digunakan dalam penelitian perilaku konsumen (Simon, 2016). Perilaku konsumen yang dimaksud yaitu keputusan pembelian yang mana dipengaruhi niat pembelian. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat pembelian seseorang ditentukan oleh sikap, norma subyektif dan persepsi pengendalian perilaku sehingga hal ini menjadi teori sangat penting sebagai landasan penelitian ini.

Sikap merupakan evaluasi seseorang terhadap bermacam-macam atribut dari obyek atau individu baik positif maupun negatif tentang suatu perilaku (Eagly dan Chaiken, 2007). Dalam konteks sikap perilaku masyarakat dalam membeli obat bebas, menunjukkan bahwa kesehatan menjadi krusial bagi setiap individu. Sikap dalam penelitian ini diterapkan oleh variabel harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk. Dalam teori perilaku direncanakan, menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap harga dan preferensi label halal obat bebas terdiri dari keyakinan dan kesadaran terhadap obat bebas, dan hasil perilaku merekalah yang dapat dihubungkan dengan keputusan pembelian seseorang. Adapun penelitian lain yang menyatakan bahwa atribut produk yang dapat mempengaruhi keputusan dan niat pembelian seseorang, yaitu seperti harga, merek, dan kemasan (Fitriana dan Suprehatin, 2018). Selain itu,

pengetahuan produk juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam membeli obat bebas. Pengetahuan dan sikap konsumen di atas berinteraksi satu sama lain untuk mempengaruhi perilaku seseorang dan kemudian saling berinteraksi dengan faktor lain, seperti *background* pendidikan, penghasilan dan pengalaman dalam mengkonsumsi obat bebas.

Sedangkan perilaku konsumen (*consumer behavior*) dalam penelitian ini diterapkan oleh variabel keputusan pembelian. Dalam pengambilan keputusan pembelian, sebuah tindakan ialah hasil dari proses mental dalam penentuan pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Dan dari proses tersebut mendapatkan satu pilihan akhir. Output yang dihasilkan adalah berupa tindakan atau pemikiran pada pilihan tersebut. Umumnya, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan tampak atau nyata dari konsumen pada suatu produk yang menjadi pilihannya. Tindakan tersebut biasanya diawali pengenalan kebutuhan konsumen, disertai pencarian informasi, evaluasi, pembelian, dan pada akhirnya adalah evaluasi pasca pembelian (Firmansyah, 2018: 25).

2. Harga

Pendapat Grewel dan Levy, yang dimaksud dengan harga yaitu jumlah yang harus dibayar konsumen dalam memperoleh produk atau jasa tertentu (Tjiptono, 2008). Harga adalah nilai moneter dari barang dan jasa. Pengertian lain dari harga ialah jumlah nilai yang ditukar konsumen ketika mereka menerima nilai pakai atau manfaat dari barang dan jasa yang mereka gunakan. Harga merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi konsumen pada pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, elemen penting yang menentukan pangsa pasar suatu produk dan keuntungan perusahaan adalah harga. Tidak hanya itu harga juga merupakan bauran pemasaran yang paling fleksibel dalam menghasilkan pendapatan bagi perusahaan sedangkan elemen lainnya menimbulkan biaya. Di waktu yang sama, masalah terbesar yang dihadapi suatu perusahaan dan para

pemimpin *marketing* adalah penetapan harga. Dimana perusahaan tidak bisa mengatasi penentuan harga yang baik (Kotler dan Armstrong, 2008: 345).

Adanya penetapan harga sebagai penentuan pendapatan perusahaan yang seberapa besar ingin diperoleh atau diterima dari produk atau jasa yang dihasilkan dari proses produksi (Firmansyah, 2018: 182). Menurut Tjiptono (2015: 154), keputusan penetapan harga merupakan bentuk pemilihan oleh perusahaan pada tingkatan suatu harga umum yang berlaku terhadap suatu produk atau jasa. Dibandingkan dengan tingkat harga pesaing, adanya peran strategis utama untuk menopang penerapan strategi *marketing*. Tujuannya adalah berorientasi pada keuntungan atau laba perusahaan, pada volume penjualan, pada citra dari perusahaan, stabilisasi dari harga, mengatasi masuk pesaing, loyalitas pelanggan di pertahankan, mendukung penjualan ulang, dan menghindari adanya intervensi pemerintah.

Menurut Firmansyah (2018: 188), dalam menetapkan harga terdapat tiga metode yaitu:

a. Pendekatan Permintaan dan Penawaran (*supply demand approach*)

Penentuan harga disini dengan melihat harga keseimbangan, yaitu harga yang bisa dibayar konsumen dan harga yang akan diterima produsen, sehingga jumlah yang diminta setara dengan jumlah yang akan ditawarkan di pasaran.

b. Pendekatan Biaya (*cost oriented approach*)

Penetapan harga melalui pendekatan ini yaitu menghitung biaya yang harus dikeluarkan produsen dengan seberapa keuntungan yang diinginkan baik dengan adanya penambahan harga atau analisis titik impas. Titik impas yaitu titik dimana terjadi kesetaraan antara total pendapatan dari penjualan dan total biaya produksi.

c. Pendekatan Pasar (*market approach*)

Penetapan harga dengan pendekatan pasar yaitu dengan cara melakukan penghitungan terhadap variabel-variabel yang

mempengaruhi pasar dan juga harga, seperti situasi politik, adanya persaingan, sosial budaya, dan lain-lain.

Persepsi nilai oleh konsumen menjadi batas atas harga. Apabila konsumen beranggapan bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka tidak ada permintaan di atas batas ini. Sedangkan, *production cost* menjadi harga dasar dan jika perusahaan menetapkan harga kurang dari biaya produksi maka tidak ada keuntungan di bawah harga ini. Ada beberapa faktor internal dan eksternal yang harus perusahaan pertimbangkan dalam penetapan harga diantaranya strategi, tujuan dan bauran *marketing*, situasi dan permintaan, serta strategi dan penetapan harga pesaing (Kotler dan Armstrong, 2008: 346).

Terdapat empat macam harga berdasarkan pendapat Firmansyah (2018: 192), yaitu:

- a. Harga subjektif, yaitu suatu harga berdasarkan taksiran seseorang.
- b. Harga objektif, merupakan harga yang menjadi patokan penjual di pasar atau disebut juga harga pasaran.
- c. Harga pokok, adalah harga yang harus dikeluarkan perusahaan dalam memproduksi produk.
- d. Harga jual, ialah harga yang akan diperoleh berdasarkan harga pokok dan penjumlahan keuntungan yang diharapkan *seller*.

Selanjutnya menurut Kotler dan Armstrong (2008: 345) indikator harga ada empat, yaitu:

- a. Harga yang terjangkau. Konsumen mampu membeli barang tersebut dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Harga suatu produk berbeda-beda, dari murah sampai mahal karena banyaknya jenis suatu produk.
- b. Harga sesuai dengan kualitas produk. Harga sering digunakan sebagai indikator kualitas produk. Jika harganya lebih tinggi maka orang akan menganggap bahwa kualitasnya lebih baik. Begitupun sebaliknya.
- c. Daya saing harga. Daya saing disini adalah kemampuan harga produk mampu bersaing dengan produk sejenis yang sering menjadi

perbandingan oleh konsumen. Hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk adalah dengan melihat mahal atau murahnya suatu harga.

- d. Harga sesuai dengan manfaat. Konsumen akan melakukan pembelian jika dirasa manfaat produk lebih besar dan sesuai dengan uang yang telah dikeluarkan. Begitupun sebaliknya.

3. Preferensi Label Halal

Preferensi merupakan sikap seseorang terhadap pemilihan merek suatu produk atau jasa yang terdiri dari evaluasi beberapa merek dalam berbagai pilihan yang tersedia (Kotler dan Keller, 2013: 181). Yang nantinya semua sikap itu akan terlihat pada pengambilan keputusan. Bagi konsumen yang menggunakan produk berlabel halal terdapat banyak faktor yang menjadi pertimbangan atau preferensinya. Dalam penelitian Abdullah (2011), menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi preferensi konsumen yaitu halal, harga, kualitas layanan, pencitraan, dan pelayanan prima.

Label merupakan penyampaian informasi yang termasuk bagian dan terdapat dalam suatu produk. Pemberian label (*labeling*) harus diperhatikan dengan sebaik dan semenarik mungkin agar konsumen tertarik dan pelabelan adalah unsur produk yang terpenting. Pada umumnya, label biasanya memuat sekurang-kurangnya nama merek produk, bahan baku, bahan penyusun, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa, kandungan produk dan informasi legalitas halal. Produk diberi tanda pengenal yang terlekat pada kemasan disebut dengan label. Fungsi label itu sendiri adalah untuk mengidentifikasi suatu produk, menunjukkan nilai suatu produk, mendeskripsikan terkait produk tersebut, dan mempromosikan atau memperkenalkan suatu produk ke khalayak luas. Secara umum, ada tiga jenis label (Tjiptono, 2001), diantaranya:

- a. Label Merek, yang mana diberikan dan tercantum di bungkus produk.

- b. Label deskriptif, yang mana berisi informasi tentang tata cara pemakaian, pembuatan, pemeliharaan dan kinerja produk, serta karakteristik terkait produk lainnya.
- c. Label nilai adalah indentifikasi kualitas produk dengan huruf, angka atau kata.

Halal berasal dari bahasa Arab yang diartikan boleh atau legal. Halal merupakan semua hal yang diperbolehkan oleh syariat untuk dikonsumsi. Produk halal yakni makanan, obat-obatan dan kosmetika yang tidak ada unsur haramnya baik dari proses produksinya, bahan bakunya, bahan tambahannya, dan bahan pembantu lainnya. Termasuk diantaranya adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi dan diproses dengan rekayasa genetika dan penyinaran, serta proses olahannya harus sejalan dengan syariat Islam yang menghasilkan khasiat yang lebih besar dibandingkan dengan madharatnya.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, label halal paling sedikit memuat logo dan nomor sertifikat/registrasi. Logo yaitu baik berbentuk gambar, teks atau keduanya dan dilampirkan pada kemasan. Label halal dapat menjadi indikator yang menyatakan bahwa produk tersebut halal. Indikator lain terkait suatu produk dikatakan halal jika produk tersebut sebagai berikut:

- a. Bahan-bahannya tidak mengandung yang berasal dari hewan dan diharamkan oleh syara'.
- b. Bahan-bahan tersebut tidak mengandung sesuatu yang dilarang meliputi dari organ tubuh manusia, darah, kotoran dan lain-lain.
- c. Bahan dari hewan halal juga harus disembelih sesuai dengan ketentuan syariat Islam.
- d. Produk terjamin keamanannya dan tidak membahayakan.
- e. Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan dan transportasi tidak boleh terkena najis. Apabila terkena, maka harus dibersihkan sesuai syariat Islam terlebih dahulu.

- f. Tidak mengandung khamar semua makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetik.

Label halal akan diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI No. 518 yang menyatakan bahwa sertifikat halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI yang menyatakan kehalalan makanan, obat, dan kosmetik. Lembaga yang memiliki tugas dalam meneliti, mengkaji, menganalisis dan memutuskan apakah suatu produk makanan serta turunannya, obat dan kosmetik tersebut akan digunakan untuk kesehatan dan syariah, yaitu halal atau mubah untuk dikonsumsi umat Muslim khususnya di Indonesia. Serta tugas dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) merekomendasikan, perumusan ketentuan dan bimbingan ke masyarakat. Berdasarkan Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 40 Tahun 2022 tentang definisi merek halal, yang menjelaskan label halal dalam bentuk logo sebagai berikut:



Gambar 1
Logo Halal

Jadi, label halal yang terdapat pada obat merupakan tanda yang mencirikan bahwa obat tersebut boleh dikonsumsi dan digunakan berdasarkan ketentuan syariat Islam (Ismail, 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa preferensi label halal merupakan pilihan konsumen terhadap produk atau jasa karena adanya label halal.

Terdapat tiga indikator untuk mengukur preferensi label halal (Elmi As Pelu, 2009: 14), yaitu:

- a. Pengetahuan, adalah informasi yang diketahui dan disadari oleh seseorang. Pengetahuan yang dimaksud adalah pengetahuan terkait label halal.
- b. Kepercayaan, adalah suatu kondisi psikologis seseorang yang meyakini atau beranggapan mengenai suatu hal tersebut dipercaya itu benar.
- c. Pemberian nilai terhadap label halal, adalah proses, cara, perbuatan menilai atau bentuk penilaian terhadap labelisasi halal.

4. Pengetahuan Produk

Pengetahuan merupakan kesadaran, identifikasi, dan penerapan untuk perkembangan umat manusia. Pengetahuan dibangun dari data, informasi, dan pengetahuan sebelumnya (Mohajan, 2017). Berdasarkan pendapat Sumarwan (2015: 148), yang dimaksud pengetahuan produk adalah sekumpulan informasi tentang produk. Pengetahuan produk diartikan sebagai keseluruhan informasi pada konsumen mengenai produk dan jasa, termasuk fungsi dan karakteristik produk, dampak penggunaan produk, tingkat kepuasan yang dicapai, dan beberapa pengetahuan yang terdapat kaitannya dengan produk dan jasa tersebut. Hal yang sangat penting bagi pemasar adalah pengetahuan konsumen karena apa yang akan dibeli, kuantitas pembelian, lokasi pembelian, dan waktu pembeliannya akan bergantung pengetahuan konsumen terkait hal-hal di atas sehingga pengetahuan produk akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di samping itu, bagi para pembuat kebijakan masyarakat pengetahuan konsumen juga sangat penting yang memiliki tujuan dalam melindungi konsumen yang tidak mengetahui informasi. Pembuat kebijakan dapat memberlakukan undang-undang yang mewajibkan keterbukaan informasi yang tepat jika informasi yang diterima konsumen dinilai tidak cukup (Firmansyah, 2018: 64).

Pengetahuan seseorang dipengaruhi beberapa hal, seperti pendidikan, informasi atau media massa, sosial budaya dan ekonomi, pekerjaan, minat, dan lingkungan (Yanti dan Handayani, 2014: 181). Dalam menafsirkan informasi baru dan menentukan keputusan pembelian

setiap individu konsumen mempunyai tingkat pengetahuan yang berbeda dalam menafsirkan hal tersebut. Konsumen memilih dan memutuskan dengan cepat produk mana yang akan dibeli untuk dikonsumsi jika konsumen tersebut memiliki banyak informasi produk mengenai produk tersebut. Ada tiga tipe pengetahuan produk yang dijadikan dalam indikator penelitian ini menurut Peter dan Olson (2013: 70) yaitu:

- a. Pengetahuan tentang properti produk, merupakan informasi yang berkaitan dengan karakteristik atau sifat fisik suatu produk.
- b. Pengetahuan tentang keuntungan dari penggunaan produk, merupakan pengetahuan konsumen secara fungsional atau psikososial mengenai manfaat dari produk tersebut. Manfaat yang dirasakan secara fisiologis disebut dengan manfaat fungsional. Sedangkan, manfaat yang konsumen rasakan secara psikologis dan media sosial disebut manfaat psikososial.
- c. Pengetahuan tentang kepuasan, merupakan pengetahuan yang berkaitan dengan kemampuan produk dalam memenuhi harapan konsumen. Atau pengetahuan tentang manfaat dan risiko yang diberikan produk kepada konsumen.

5. Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen merupakan proses integratif dengan tujuan mengevaluasi dan memilih salah satu dari dua atau lebih alternative tindakan dengan mengumpulkan pengetahuan yang ada. Hasil dari proses integrasi yaitu sebuah pilihan (*choice*), yang secara kognitif menunjukkan keinginan perilaku. Salah satu pilihan konsumen yang dibahas adalah keputusan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa (Peter dan Olson, 2013: 163).

Menurut Kotler dan Keller (2009: 166) keputusan pembelian merupakan model dari perilaku konsumen atau *consumer behavior model*. Dalam situasi dimana keputusan pembelian seseorang akan menghasilkan keputusan terbaiknya dalam hal pemilihan produk, pemilihan *brand*, pemilihan distributor, waktu pembelian dan kuantitas pembelian. Studi

mengenai perilaku seseorang dalam memilih, menggunakan barang atau jasa, pengalaman yang dapat menjadi pemuas kebutuhan dan keinginannya didefinisikan dari perilaku konsumen. Keputusan pembelian juga dimaknai sebagai penyelesaian masalah dalam setiap aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan melakukan pembelian barang dan jasa. Pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu (Kotler dan Armstrong, 2008: 159):

a. Faktor Budaya

Budaya (*culture*), subbudaya, dan kelas sosial (*stratifikasi sosial*) adalah faktor penyebab paling utama terkait dengan keinginan dan perilaku individu serta berdampak sangat luas dan mendalam pada perilaku konsumen. Dimana agama, ras, kebangsaan, dan wilayah geografis merupakan bagian dari subbudaya.

b. Faktor Sosial

Faktor ini juga mempengaruhi pembelian konsumen, diantaranya *small group*, keluarga, peran, dan status sosial konsumen.

c. Faktor Pribadi

Karakter pribadi seseorang juga mempengaruhi keputusan pembelian. Karakter ini terdiri dari umur dan siklus *buyer*, profesi, kondisi keuangan, *lifestyle*, kepribadian dan citra diri. Karakteristik ini berdampak langsung terhadap perilaku konsumen itu sendiri.

d. Faktor Psikologis

Yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian lainnya adalah psikologis seseorang meliputi dorongan, pemikiran, pembelajaran dan kepercayaan sikap.

Kotler dan Armstrong (2008: 177) menyampaikan ada empat tipe perilaku keputusan pembelian yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3
Empat Jenis Pengambilan Keputusan Pembelian

	Keterlibatan tinggi	Keterlibatan rendah
Banyak perbedaan antarmerek	Pengambilan keputusan pembelian yang rumit	Pembelian mencari keberagaman
Perbedaan kecil antarmerek	Pembelian pengurang ketidaknyamanan	Pembelian karena kebiasaan

Berdasarkan tabel di atas, empat tipe perilaku keputusan pembelian mempunyai definisinya masing-masing. Pertama, pengambilan keputusan pembelian yang rumit yang menentukan adalah adanya keterlibatan konsumen yang tinggi dalam pembelian dan antarmerek tersebut banyaknya perbedaannya. Kedua, perilaku pembelian pengurang ketidaknyamanan. Hal ini yang menentukan adalah keterlibatan dari karakter seseorang yang tinggi tetapi tidak sebanding dengan persepsi perbedaan antarmerek yang sedikit. Ketiga, perilaku pembelian karena kebiasaan ditentukan oleh keterlibatan konsumen yang rendah dan perbedaan kecil yang dirasakan antarmerek. Terakhir, perilaku membeli mencari keberagaman. Hal ini yang menentukan adalah sikap keterlibatan pada konsumen yang juga tidak sebanding dengan perbedaan antarmerek dimana sikap keterlibatan yang rendah sedangkan perbedaan antarmerek sangat signifikan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 179), berikut lima langkah dalam keputusan pembelian:

a. **Pengenalan Kebutuhan**

Fase awal proses keputusan pembelian yaitu saat seseorang sadar akan permasalahan atau kebutuhan yang dibutuhkan dirinya (*need recognition*). Kebutuhan ini dapat timbul dari rangsangan dalam dan rangsangan luar. Rangsangan dari dalam merupakan kebutuhan normal manusia pada tingkatan cukup tinggi sehingga membangkitkan keinginan.

b. Pencarian Informasi

Informasi terkait produk atau jasa tertentu tidak akan dicari lebih banyak informasi oleh semua konsumen yang memiliki ketertarikan pada produk atau jasa tersebut. Konsumen akan langsung melakukan pembelian jika terdapat motivasi yang kuat dan produk tersebut memuaskan dan berada didekatnya. Jika konsumen merasa ada yang kurang, mereka dapat mengingat kebutuhannya atau mencari informasi (*information search*) untuk menguatkan keinginannya akan kebutuhan tersebut.

Beberapa sumber bagi konsumen untuk memperoleh informasi, diantaranya sumber pribadi yang meliputi keluarga, teman, tetangga dan rekan. Sumber komersial meliputi *advertisement*, vendor, situs web, distributor, pengemasan dan presentasi. Sumber publik meliputi media, organisasi evaluasi konsumen dan *internet search*. Sumber pengalaman meliputi pemrosesan, inspeksi dan penggunaan produk. Kesadaran konsumen dan pengetahuannya terhadap merek dan fitur akan meningkat jika semakin banyak informasi yang konsumen dapatkan.

c. Evaluasi Alternatif

Alternative evaluation adalah fase evaluasi konsumen terhadap beberapa alternatif, tergantung pada individu dan kondisi pembelian. Evaluasi ini juga didefinisikan bagaimana konsumen memanfaatkan informasi untuk membuat keputusan merek tentang pilihan mana yang dapat memuaskan kebutuhannya.

d. Keputusan Pembelian

Preferensi antarmerek dalam kumpulan pilihan terbentuk dari keputusan pembelian (*purchase decision*), namun terdapat dua faktor antara niat dan keputusan pembelian yang meliputi sikap orang lain dan yang tidak diharapkan yaitu faktor situasional.

e. Perilaku Pascapembelian

Setelah membeli produk, konsumen memberikan ulasan terkait produk yang dibeli. Puas dan tidak puas terhadap produk yang dibeli termasuk perilaku pascapembelian yang harus dipertimbangkan pemasar, karena tugas pemasar tidak berakhir dengan pembelian produk. Penentuan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja anggapan produk. Semakin tinggi perbedaan antara harapan dan kinerja, maka semakin tinggi ketidakpuasan konsumen.

6. Obat Bebas

Definisi dari obat adalah zat atau bahan yang dipakai agar penyakit dalam diri seseorang dapat sembuh dan menghindari terjadi komplikasi atau terjadi kecacatan akibat adanya penyakit tersebut. Pada orang yang menggunakannya secara tidak bijak obat adalah zat atau bahan yang bisa menimbulkan kerugian. Jenis obat secara umum terdapat dua jenis yaitu obat paten dan obat generik (Damayanti, 2019). Salah satu bagian terpenting dalam menjamin adanya kesehatan masyarakat adalah melalui obat. Pihak yang memiliki tanggung jawab atas ketersediaan, pemerataan, dan keterjangkauan perbekalan kesehatan masyarakat adalah tanggung jawab dari pemerintah (Muis, 2019).

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, mendefinisikan obat sebagai bahan atau paduan bahan termasuk biologi yang berguna untuk mempengaruhi atau menganalisis sistem fisiologis atau kondisi patologis sehubungan dengan diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan, dan kontrasepsi untuk manusia. Permenkes Nomor 917/Menkes/Per/X/1993 dalam pasal 1 butir ketiga, tentang Wajib Daftar Obat Jadi, disebutkan bahwa obat terdiri dari obat bebas, obat bebas terbatas, obat wajib apotek, obat keras, psikotropika dan narkotika. Penjelasannya sebagai berikut:

a. Obat Bebas (*Over The Counter*)

Yang dimaksud dengan obat bebas yaitu obat yang bisa dibeli secara bebas oleh seseorang tanpa membutuhkan resep dokter, baik itu terdapat di apotek, toko obat, maupun warung. Obat bebas terbukti tidak memiliki resiko yang tinggi dan membahayakan konsumen namun tetap dalam aturan pemakaian yang sesuai aturan pakai sehingga aman digunakan. Penanganan untuk mencegah dan menangani penyakit ringan dalam tindakan swamedikasi (pengobatan sendiri) biasanya bisa menggunakan obat bebas. Karakteristik pada kemasan dan etiketnya memiliki lingkaran hijau dengan pinggiran hitam.

Contoh dari obat bebas adalah parasetamol, vitamin B kompleks, vitamin C, oralit, promag dan lain sebagainya (Ismail, 2021). Obat bebas yang biasanya sering digunakan masyarakat untuk meredakan sakit kepala ringan akut, nyeri ringan hingga sedang dan demam biasanya adalah jenis obat parasetamol atau asetaminofen. Parasetamol tersedia dalam bentuk tablet, sirup, tetes, suppositoria, dan infus (alodokter.com).

b. Obat Bebas Terbatas

Obat jenis ini memiliki definisi yang hampir sama seperti obat bebas, dimana obat ini boleh diperjualbelikan secara bebas tanpa adanya resep dokter. Akan tetapi, obat ini sudah termasuk obat keras yang ada tanda peringatannya. Karakteristik pada kemasan dan etikatnya adalah lingkaran biru dengan pinggiran hitam. Berdasarkan Peraturan Kemenkes RI No. 3 Tahun 2021, contoh dari obat bebas terbatas yaitu terbinafine, selenium sulfide, famotidine dan yang lainnya.

c. Obat Wajib Apotek dan Obat Keras

Obat wajib apoteker merupakan obat keras yang dalam hal pemilihan dan aturan penggunaan obat tersebut harus dalam bimbingan dari seorang apoteker, walaupun tanpa resep dokter. Perbedaannya dengan obat keras adalah obat keras boleh dibeli konsumen harus

dengan resep dokter di apotek. Obat keras ditandai dengan huruf K dalam lingkaran merah dengan batas hitam pada kemasan dan etiketnya. Contohnya: asam mefenamat.

d. Psikotropika dan Narkotika

Psikotropika ialah obat keras alami atau sintetik dengan efek psikoaktif yang menimbulkan perubahan khas dalam aktivitas mental dan perilaku melalui efek selektif pada sistem saraf pusat. Contohnya: diazepam dan phenobarbital. Sedangkan obat sintesis atau semi sintesis yang terbuat dari tumbuhan atau non-tumbuhan yang mengakibatkan penurunan atau perubahan kesadaran, penghilang rasa sakit, dan menyebabkan keracunan disebut dengan narkotika. Contohnya: morfin dan petidin.

Setiap obat mempunyai dosis yang berbeda-beda. Yang dimaksud dengan dosis obat yaitu sejumlah takaran obat yang bisa memberikan efek terapeutik terhadap fungsi tubuh yang terkena gangguan. Berikut macam-macam dosis berdasarkan fungsinya (Yanti, 2020):

- a. Dosis awal (*initial dose*), digunakan supaya konsentrasi obat dalam darah tercapai lebih awal.
- b. *Loading dose*, digunakan untuk mencapai konsentrasi terapeutik dalam cairan tubuh yang menghasilkan efek klinis.
- c. Dosis pencegahan (*maintenance dose*), yaitu dosis obat guna memelihara dan mempertahankan efek klinis atau konsentrasi terapeutik obat agar tubuh dalam keadaan stabil. Dengan kata lain, dosis ini dibutuhkan pasien dengan tujuan memberi perlindungan agar tercegah dari penyakit.
- d. Dosis terapi, adalah dosis yang dipakai saat pasien telah terkena penyakit dan obat tersebut yang digunakan untuk terapi.
- e. Dosis toksik yaitu dosis yang lebih besar dari dosis terapi, sehingga bisa mengakibatkan intoksikasi obat.

- f. Dosis maksimum, yaitu dosis obat maksimal yang dapat digunakan untuk mengobati penyakit dan apabila dosisnya melewati batas yang ditentukan maka akan timbul efek yang tidak diharapkan.
- g. Dosis lethal adalah dosis yang bisa menimbulkan kematian karena dosis ini melebihi dosis toksik.

Di samping obat memberikan khasiat, obat juga memberikan efek samping. Pengertian efek samping adalah reaksi dari obat yang mungkin berbahaya atau tidak diinginkan. Efek samping ini merupakan efek yang sebenarnya bisa menimbulkan kerusakan fisiologis dan anatomis yang signifikan, membuat penyakit semakin parah, hingga kondisi jiwa pasien bisa terancam. Efek samping obat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu:

- a. Dari usia pasien (contohnya adalah anak kurang dari 2 tahun dan lansia lebih dari 65 tahun).
- b. Adanya penyakit tertentu pada pasien (contohnya, gagal hati dan ginjal).
- c. Adanya reaksi hipersensitivitas (alergi), yaitu jika pasien memiliki alergi pada obat tertentu. Reaksi ini merupakan adanya interaksi dengan senyawa kimia atau obat-obatan lain yang membahayakan kesehatan pasien. Gatal-gatal, ruam, mengantuk, mual, dan lain sebagainya merupakan efek samping yang mungkin dapat timbul.
- d. Pasien sedang hamil atau menyusui.
- e. Terdapat perbedaan ras atau genetik.
- f. Jenis kelamin dari pasien.
- g. Terjadi pengobatan yang tidak rasional atau disebut Polifarmasi.

Kemudian, agar obat tetap dalam keadaan baik, hendaknya dalam menyimpan obat pun harus sesuai aturan yang tertera pada kemasan obat. Berikut cara menyimpan obat dengan tepat:

- a. Menyimpan obat dalam kemasan aslinya serta dalam wadah tertutup rapat.

- b. Menyimpan obat pada suhu ruangan dan hindari paparan sinar matahari.
- c. Menyimpan obat di tempat yang tidak lembab, karena bisa menyebabkan kerusakan.
- d. Dianjurkan tidak menyimpan obat cair dalam kulkas untuk mencegah pembekuan kecuali tercantum pada label obat.
- e. Tidak menyimpan obat kadaluwarsa atau rusak.
- f. Tidak dekat dengan jangkauan anak-anak (Muchid dkk, 2006: 20).

Selain menyimpan obat dengan baik, dalam membuang obat pun kita tidak bisa sembarangan. Berikut cara membuang obat yang baik dan benar (BPOM, 2015):

- a. Hilangkan semua label dari wadah obat.
- b. Hancurkan terlebih dahulu obat tablet, kapsul, bentuk padat lainnya, dan campurkan dengan tanah atau bahan kotor lainnya lalu masukkan ke dalam plastik dan buang ke tempat sampah.
- c. Jika menggunakan obat cair yang bukan antibiotik, buanglah isinya ke toilet. Sedangkan untuk obat antibiotik cair, buanglah isi dan wadahnya dengan melepas label lalu buang ke tempat sampah. Jangan sampai ada yang tersisa.

Batasan penelitian pada penelitian ini yaitu terkait dengan obat yang diperjualbelikan dengan bebas tanpa adanya resep dari dokter atau yang sering disebut dengan obat bebas.

B. Kajian Pustaka

Pencarian literatur merupakan bagian penting dari keseluruhan penelitian. Kajian pustaka digunakan untuk menelaah teori-teori yang relevan terhadap obyek yang sedang diteliti. Dalam penulisan skripsi, peneliti menggunakan berbagai referensi dari berbagai buku, jurnal, skripsi dan lainnya dengan tujuan untuk memudahkan penggalian informasi tentang topik penelitian yang sedang dikaji. Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya sebagai referensi penelitian ini:

Tabel 4
Perbandingan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti/ Tahun/Judul	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
1.	“Pengaruh Label Halal, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas (<i>Over The Counter</i>)” (Umah, 2017)	Subyek penelitiannya yaitu Mahasiswa dan Mahasiswi Pondok Pesantren UII. Variabel bebasnya ada promosi.	Obyek penelitiannya adalah obat bebas. Variabelnya yaitu label halal, harga dan keputusan pembelian.	Variabel label halal, promosi dan harga secara parsial dan simultan mempengaruhi variabel keputusan pembelian secara positif dan signifikan.
2.	“Pengaruh Label Halal, Merek, dan Harga Pada Keputusan Pembelian Obat Bebas di Provinsi Jawa Barat” (Ismail, 2021)	Subyek penelitiannya adalah masyarakat Provinsi Jawa Barat. Variabel bebasnya ada merek.	Obyek penelitiannya adalah obas bebas. Variabelnya yaitu label halal, harga dan keputusan pembelian.	Secara parsial, berpasangan, dan simultan, variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel variabel terikat.
3.	“Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun” (Ashari, 2019)	Subyek penelitiannya yakni warga Desa Mojorejo Kec. Kebonsari Kab. Madiun. Obyek penelitiannya yaitu produk farmasi. Variabel bebasnya ada sertifikasi halal.	Variabelnya adalah pengetahuan produk dan keputusan pembelian.	Secara parsial dan simultan, variabel pengetahuan produk dan sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4.	“Pengaruh Keterlibatan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu	Subyek penelitiannya adalah konsumen jamu masuk angin kemasan.	Variabelnya adalah pengetahuan produk dan keputusan pembelian.	Secara parsial, variabel keterlibatan produk dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan

	Masuk Angin Kemasan” (Annisa dan Wijaya, 2019)	Obyek penelitiannya adalah produk jamu masuk angin kemasan. Variabel bebasnya ada keterlibatan produk.		terhadap variabel keputusan pembelian.
5.	“Pengaruh Harga, <i>Brand Image</i> , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada PT. Bernofarm” (Sumiati dan Gea, 2021)	Subyek penelitiannya adalah konsumen PT. Bernofarm. Obyek penelitiannya adalah produk obat bermerek. Variabel bebasnya ada <i>brand image</i> dan kualitas produk.	Variabelnya adalah harga dan keputusan pembelian.	Variabel harga secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Sedangkan <i>brand image</i> dan kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan.
6.	“Analisis Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Obat Yang Dijual Bebas Di Kecamatan Danurejan” (Purnamawati dan Loghe, 2017)	Subyek penelitiannya yaitu konsumen di Kecamatan Danurejan. Variabel bebasnya ada <i>product, promotion, and place</i> .	Obyek penelitiannya adalah produk obat yang dijual bebas. Variabelnya ada <i>price</i> dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.	Secara parsial, variabel <i>product, promotion, and place</i> mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel keputusan konsumen. Sedangkan, variabel <i>price</i> tidak mempengaruhi secara signifikan.
7.	“ <i>The Effect Of Halal Label, Product Knowledge, Brand Image, Product Quality On Consumer Decisions To Choose Product</i> ”	Subyek penelitiannya adalah konsumen di Provinsi Gorontalo. Obyek penelitiannya adalah produk pilihan selama	Variabelnya adalah label halal, pengetahuan produk dan keputusan konsumen.	Secara parsial, variabel label halal dan pengetahuan produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan konsumen. Sedangkan,

	<i>During Covid 19 Pandemic”</i> (Syawaluddin dan Gobel, 2021)	pandemic covid 19. Variabel bebasnya ada citra merek dan kualitas produk.		variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan.
8.	<i>“The Effect Of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, And Brand Image To The Purchasing Decision On Cosmetic Product (Case Study On Consumers Of Sari Ayu Martha Tilaar In Binjai City)”</i> (Aspan, dkk, 2017)	Subyek penelitiannya adalah Konsumen Sari Ayu Martha Tilaar di Kota Binjai. Obyek penelitiannya adalah produk kosmetik Variabel bebasnya ada kesadaran halal dan citra merek.	Variabelnya yaitu label halal, harga suatu produk dan keputusan pembelian.	Variabel label halal, kesadaran halal dan citra merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel harga produk mempengaruhi secara signifikan. Secara simultan, variabel label halal, kesadaran halal, harga produk dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
9.	<i>“Pengaruh Tingkat Pengetahuan dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Obat Generik Di Kota Yogyakarta”</i> (Marsila dan Hendarwati, 2022)	Subyek penelitiannya adalah konsumen di Kota Yogyakarta. Variabel bebasnya ada persepsi konsumen.	Obyek penelitiannya yaitu obat generik. Variabelnya adalah tingkat pengetahuan dan keputusan pembelian.	Baik secara parsial maupun simultan, variabel tingkat pengetahuan dan persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
10.	<i>“Effect Of Promotion and Price On The Purchasing</i>	Obyek penelitiannya adalah produk herbal.	Variabelnya ada harga dan keputusan pembelian.	Secara parsial dan simultan, ada pengaruh yang signifikan antara

	<i>Decisions Of Herbs Product</i> (Nani, dkk, 2022)	Variabel bebasnya ada promosi.		variabel bebas dan variabel terikat.
--	--	--------------------------------	--	--------------------------------------

Sumber: Data sekunder yang diolah

Dari beberapa penelitian terdahulu, peneliti menemukan perbedaan hasil (*research gap*) dari penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2021) bahwasanya perubahan harga dan label halal berpengaruh pada keputusan pembelian. Di sisi lain, Purnamawati dan Loghe (2017) menunjukkan bahwa harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, penelitian Syawaluddin dan Gobel (2021) menemukan adanya perbedaan hasil, yaitu variabel label halal dan pengetahuan produk dinyatakan tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu, beberapa penelitian lainnya, seperti Annisa dan Wijaya (2019), Marsila dan Hendarwati (2022) menyatakan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

C. Landasan Teologis

Keputusan pembelian dalam perspektif Islam sangat jelas dijelaskan dalam al-Qur'an dan hadits, agar perilaku konsumsi manusia menjadi terarah. Islam mengajarkan bahwa tujuan konsumsi bukan hanya untuk memenuhi kepuasan akan suatu produk yang sering disebut dengan memaksimalkan *utility*. Akan tetapi, kepuasan dunia dan akhirat merupakan hal yang lebih utama dalam mencapai tingkat kepuasan yang sejati secara utuh dan komprehensif. Dimana hal ini sering disebut dengan dengan memaksimalkan *masalahah* (Hidayat, 2010: 243). Dalam membuat keputusan melakukan pembelian suatu produk, konsumen akan memiliki banyak pertimbangan dari beberapa pilihan sehingga hasil akhirnya adalah konsumen tersebut memutuskan melakukan pembelian atau tidak. Sebagaimana firman Allah swt dalam QS. Al-Hujurat ayat 6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu

tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.”

Penjelasan ayat tersebut berdasarkan Tafsir Al-Muyassar menerangkan bahwa sebagai seorang muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima informasi dan berita. Jika tidak mempunyai informasi tentangnya, alangkah lebih baiknya jika terlebih dahulu diperiksa dan diteliti (<https://tafsirweb.com/9776-surat-al-hujurat-ayat-6.html>). Hal yang sama berlaku untuk keputusan tentang konsumsi atau penggunaan produk.

Jika konsumen ingin mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang ingin dimiliki atau digunakan, mereka harus menukarkan sejumlah uang untuk memperoleh manfaat dari suatu produk. Hal ini lah yang dimaksud dengan harga. Pengertian harga dalam ilmu ekonomi Islam adalah berkaitan dengan produk dalam hal nilai jual atau beli barang atau jasa. Dan juga sebagai variabel yang akan menentukan kompartasi produk atau barang yang sejenisnya. Ada dua istilah mengenai harga suatu produk dalam Islam, yang pertama adalah patokan harga suatu barang atau yang disebut dengan *ats-tsaman* dan yang kedua adalah harga yang berlaku dipasar secara aktual *ats-si'r*. Istilah harga *ats-tsaman* yaitu dalam bisnis hanya mencari keuntungan berlandaskan pada prinsip yang diperbolehkan dan dibenarkan syara'. Tidak ada ketentuan yang terdapat pada al-Qur'an atau hadis seberapa persen keuntungan yang diperbolehkan. Selama tidak mengandung unsur haram dan dzalim dalam proses mencapainya, berapapun besaran tingkat laba yang diinginkan diperbolehkan sekalipun bisa mencapai keuntungan 100% dari modal awal (Muslimin et al, 2020). Sebagaimana kalam Allah swt dalam QS. An-Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ

اللَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.”

Dalam tafsir Al-Wajiz, Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili memberikan tafsiran bahwa ayat di atas menjelaskan bahwa umat muslim dilarang dengan cara yang diharamkan syariah untuk mengambil harta yang bukan miliknya pribadi, pengambilan harta yang tidak diperbolehkan dalam syariah seperti halnya riba, judi, memalak, dan menipu. Akan tetapi, diperbolehkan memperoleh harta melalui transaksi berdasarkan kehendak dua belah pihak dan kebaikan hati serta tetap berpegang teguh pada aturan prinsip syariat maka hal tersebut diperbolehkan. Tindakan dalam suatu jual beli diantara dua orang yang bertransaksi tanpa indikasi penipuan, menutupi barang cacat, perjudian dan riba merupakan pengertian dari At-Tijarah. Dalam ekonomi Islam, harga ditetapkan oleh mekanisme pasar alamiah, yang mana hanya Allah yang menentukannya yang sering disebut *sunnatullah* atau hukum permintaan dan penawaran (<https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>).

Label halal adalah salah satu indikator kehalalan suatu produk yang didapatkan setelah produk tersebut tersertifikasi halal. Sebagai umat Islam, kita diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan halal dan baik. Sebagaimana yang tercantum dalam QS. Al-Baqarah ayat 168.

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

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”.

Ayat di atas menganjurkan agar manusia memakan makanan yang terbaik, yaitu makanan yang halal dan juga baik. Karena makanan yang hanya halal saja belum tentu membawa kebaikan atau cocok dimakan semua orang (<https://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html>). Meskipun dalam ayat di atas hanya menyebutkan makanan, namun dalil ini juga dapat menjadi dalil mengenai minuman, obat-obatan, kosmetik, dan lain sebagainya.

Product knowledge yaitu sekumpulan informasi tentang suatu produk yang terdiri dari kategori, merek, atribut, istilah suatu produk, karakteristik,

dan keyakinan tentang suatu produk. Salah satu Hadits Qauliyah Rasulullah SAW yang berkaitan dengan pengetahuan konsumen pada suatu produk yaitu:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ وَوَضِيعُ الْعِلْمِ عِنْدَ عَيْرِ أَهْلِهِ كَمُقَدِّدِ
الْحَنَازِيرِ الْجَوْهَرِ وَاللُّؤْلُؤِ وَالذَّهَبِ

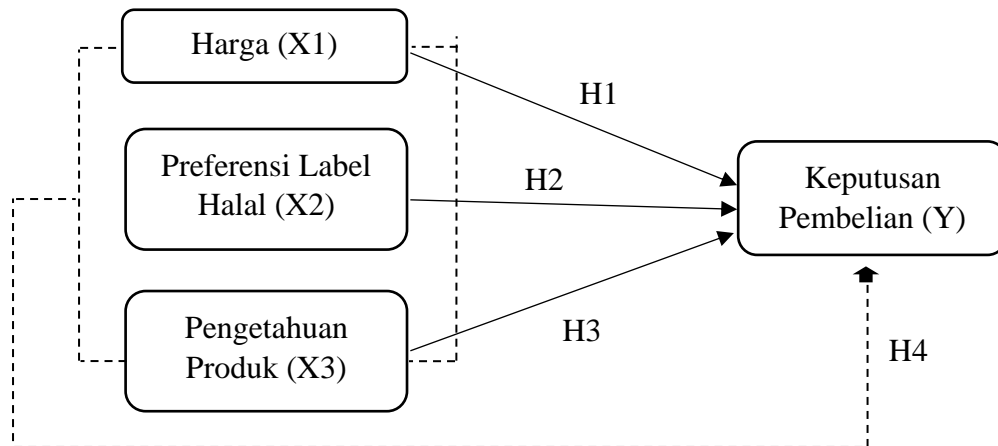
Artinya: “Rasulullah SAW bersabda: “Mencari ilmu itu wajib bagi setiap muslim, memberikan ilmu kepada orang yang bukan ahlinya seperti orang yang mengalungi babi dengan permata, mutiara atau emas” (HR. Ibnu Majah).

Hadits tersebut menjelaskan bahwasanya setiap umat muslim wajib mencari ilmu, tetapi menimba ilmu dari seseorang yang tidak memiliki bakat dibidangnya merupakan tindakan yang percuma (Syukroni, 2017). Dari penjelasan tersebut, bagi suatu industri farmasi hal ini sangat penting dalam memberikan informasi sebaik mungkin pada konsumen tentang produk yang tersedia dengan harapan bisa menciptakan rasa yakin untuk konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian obat bebas. Di samping itu, sebagai konsumen juga harus mencari informasi sebaik mungkin terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian dan mengkonsumsi obat tersebut agar dikemudian hari tidak ada penyesalan.

D. Model Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, untuk memudahkan peneliti dalam melakukan analisis maka dibuatlah kerangka pemikiran mengenai hubungan antara harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian obat bebas. Berikut model dari penelitian ini:

Gambar 2
Model Penelitian



Keterangan:

- : pengaruh variabel secara parsial
- - - - -→ : pengaruh variabel secara simultan
- H1 : pengaruh X_1 terhadap Y
- H2 : pengaruh X_2 terhadap Y
- H3 : pengaruh X_3 terhadap Y
- H4 : pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y

E. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Pengertian harga adalah jika konsumen ingin mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang ingin dimiliki atau digunakan, mereka harus menukarkan sejumlah uang untuk menerima manfaat suatu produk. Hal ini lah yang dimaksud dengan harga (Kotler dan Armstron, 2008: 345). Harga berdasarkan pendapat Grewal dan Levy, adalah jumlah yang harus dikorbankan konsumen untuk mendapatkan produk (Tjiptono, 2008). Dari sisi produsen, keuntungan perusahaan atau pendapatan yang diperoleh merupakan hal yang dipengaruhi oleh harga. Sedangkan, dari sisi konsumen harga dikaitkan sebagai indikator nilai yang harus dikeluarkan untuk memperoleh manfaat yang dirasakan konsumen atas suatu produk yang diinginkan. Tetapi, definisi sederhana dari harga berarti sebagai satuan moneter atau beberapa aspek lain yang terkandung nilai guna tertentu dalam

memperoleh suatu produk atau jasa. Sehingga harga menjadi salah satu faktor pengambil keputusan pembelian.

Dalam jurnal Ismail (2021), menyatakan bahwa harga memengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Hal ini artinya semakin naik keterjangkauan harga obat bebas, maka akan berbanding sama dengan naik pula pengaruh seseorang dalam melakukan keputusan pembelian obat bebas. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas

2. Pengaruh Preferensi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Pengertian preferensi adalah pilihan sikap seseorang terhadap suatu produk dan jasa, yang akan tercermin dari pilihan sikap tersebut melalui pengambilan keputusan oleh konsumen. Dalam penelitian Abdullah (2011), menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang terbagi dari preferensi konsumen yaitu halal, harga, kualitas layanan, pencitraan, dan pelayanan prima. Sehingga salah satu faktor dalam memutuskan pembelian suatu produk adalah preferensi label halal. Penggunaan label halal pada kemasan obat adalah sebagai yang menjadi ciri bahwa produk tersebut menurut syariat Islam diperbolehkan dikonsumsi dan digunakan (Ismail, 2021). Dapat ditarik kesimpulan bahwa preferensi label halal berarti pilihan konsumen terhadap barang atau jasa karena adanya label halal.

Dalam jurnal Ismail (2021), menyimpulkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas. Penelitian Umah (2017) juga mendukung bahwa label halal berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas. Artinya, keputusan pembelian akan mengalami peningkatan apabila pada kemasan obat bebas terdapat label halalnya. Dari teori dan penelitian yang ada, hipotesis yang diajukan yaitu:

H2 : Preferensi label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas

3. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pengertian pengetahuan produk adalah sekumpulan informasi mengenai suatu produk (Sumarwan, 2015: 148). Pengetahuan produk juga didefinisikan sebagai seluruh informasi yang diketahui konsumen tentang beragam jenis barang atau jasa, termasuk didalamnya mengenai fungsi dan karakteristik produk, dampak penggunaan produk, tingkat kepuasan yang ingin dicapai, dan pengetahuan lain mengenai produk atau jasa tersebut. Sehingga salah satu faktor yang menjadi pengaruh pada sikap atau perilaku konsumen dalam membeli adalah pengetahuan produk.

Semakin banyak informasi yang didapatkan oleh konsumen tentang suatu produk, semakin baik pula keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk (Annisa dan Wijaya, 2019). Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Marsila dan Hendarwati (2022), bahwa tingkat pengetahuan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya seseorang dengan pengetahuan produk yang lebih banyak, maka semakin tinggi pengaruh seseorang dalam melakukan keputusan pembelian obat bebas. Mengacu pada teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan yaitu:

H3 : Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas

4. Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Pengertian harga adalah nilai yang diberikan konsumen berupa sejumlah alat tukar (uang) untuk mendapatkan manfaat-manfaat yang ingin dimiliki dan digunakan berupa produk atau jasa tertentu. Nilai yang membebankan suatu produk atau jasa yang menimbulkan adanya suatu harga produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong, 2008: 345). Sehingga dengan begiti harga bisa menjadi pengaruh perilaku konsumen untuk memutuskan pembelian obat bebas.

Preferensi label halal juga menjadi pilihan konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Label halal merupakan bagian

penting pada kemasan obat yang menandakan bahwa obat tersebut halal atau tidak. Seiring dengan berjalannya waktu, semakin banyak konsumen yang memperhatikan produk yang mereka beli. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya kaum muslim dan non-muslim yang lebih memilih untuk membeli produk halal sebab dijamin aman dan bersih.

Selain harga dan preferensi label halal, pengetahuan produk juga menjadi faktor penentu keputusan pembelian konsumen. Pengetahuan produk seseorang diduga dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin banyak informasi yang diketahui sehingga semakin baik pula pemahaman tentang karakteristik produk dan informasi yang lebih jelas mengenai pilihan setiap obat (Gita dan Sulistyowati, 2020).

Sedangkan keputusan pembelian diartikan sebagai bentuk penyelesaian suatu masalah dalam proses pemilihan memenuhi kebutuhannya dengan cara melakukan pembelian terhadap barang atau jasa tertentu. Dalam memutuskan pembelian suatu produk, terdapat lima tahap yaitu *recognize a need, searching for information, evaluate alternatives, make a purchase decision for a product, and post-purchase behavior* (Kotler dan Armstrong (2008: 179).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ismail (2021) menemukan bahwa label halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas. Dalam jurnal Annisa dan Wijaya (2019) ditemukan pula hasil penelitiannya yaitu pengetahuan produk mempengaruhi keputusan pembelian jamu kemasan secara positif dan signifikan. Itu artinya secara bersamaan variabel harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk mempengaruhi keputusan pembelian obat bebas. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H4 : Harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif berdasarkan penelitian filsafat positivis. Fungsinya untuk mengumpulkan data menggunakan alat survei dan analisis data statistik untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu untuk tujuan pengujian hipotesis yang diberikan (Sugiyono, 2019: 16).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2022 sampai Januari 2023.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai totalitas dari unit yang diteliti. Populasi adalah subyek, kumpulan individu, sekelompok orang, peristiwa, atau semua yang ada dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, yang selanjutnya diambil kesimpulan (Puspitaningtyas, 2016). Populasi pada penelitian ini yakni masyarakat Kecamatan Karangpucung yang pernah membeli obat bebas di apotek, toko obat, atau warung.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian yang diambil dari populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena peneliti tidak dapat meneliti seluruh populasi, terutama apabila populasinya sangat banyak. Tujuannya agar penelitian dapat berjalan efektif dan efisien (Supriyanto dan Rohmad, 2016: 117).

Adapun sampel pada penelitian ini yaitu sebagian dari total masyarakat Kecamatan Karangpucung yang pernah membeli obat bebas. Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow (1997) dikarenakan total populasi tidak diketahui dan peneliti tidak dapat menetapkan total populasinya secara pasti. Rumusnya yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan } 100$$

Keterangan:

n = total sampel yang dibutuhkan

Z = Tingkat kepercayaan pada $\alpha = 5\%$ (derajat keyakinan ditentukan 95%, jadi nilai Z adalah 1,96

P = maksimal estimasi proporsi populasi 50%, jadi nilai P adalah 0,5

d = *sampling error* 10%, jadi nilai e adalah 0,1

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel untuk seluruh responden sebanyak 96,04 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling*, artinya tidak semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi anggota sampel. Adapun teknik *sampling* yang digunakan yakni *Purposive Sampling*, artinya pengambilan sampel dibatasi pada orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diperlukan karena hanya orang tersebut yang mempunyai informasi, atau karena memenuhi beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti (Supriyanto dan Rohmad, 2016: 123).

Adapun kriteria responden yang diperlukan penulis pada penelitian ini yaitu:

- a. Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap.
- b. Rentang usia 15-65 tahun.
- c. Bersedia menjadi responden.
- d. Pernah melakukan pembelian obat bebas di apotek, toko obat, atau warung.

Penjelasan lebih lanjut terkait kriteria responden dengan rentang usia 15-65 tahun dikarenakan dalam Kitab Safinatun Najah diterangkan bahwa baik laki-laki maupun perempuan yang telah mencapai usia 15 tahun, maka ia telah dianggap baligh (Muttaqin, 2017). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), rentang usia tersebut juga termasuk dalam kelompok usia produktif yang mana masih aktif dalam berbagai kegiatan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa masyarakat pada rentang usia tersebut telah mampu memahami terkait faktor yang dapat mempengaruhi mereka dalam keputusan pembelian obat bebas.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dalam beberapa cara sehingga memperoleh informasi yang selanjutnya diambil kesimpulan (Sugiyono, 2019: 67). Variabel pada penelitian ini ialah:

1. Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah penyebab timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019: 69). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas 3 variabel, yakni Harga (X_1), Preferensi Label Halal (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3).
2. Variabel dependen atau variabel terikat (Y) merupakan akibat dari adanya variabel independen (Sugiyono, 2019: 69). Variabel terikat pada penelitian ini, yakni Keputusan Pembelian.

Tabel 5
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Harga (X_1)	Harga adalah nilai dari sejumlah alat tukar (uang) yang diberikan oleh konsumen karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut atas manfaat-manfaat yang didapatkannya (Kotler dan Armstrong, 2008: 345).	<ul style="list-style-type: none"> • Keterjangkauan harga • Kesesuaian harga dengan kualitas produk • Daya saing harga • Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler dan Armstrong, 2008: 345)	Likert
Preferensi Label Halal (X_2)	Berdasarkan UU RI No. 33 Tahun 2014 terkait jaminan produk halal, label halal menjadi indikasi bahwa produk tersebut halal. Menurut UU RI No. 69 Tahun 1999 tentang label halal, yaitu baik itu berbentuk gambar, tulisan, atau keduanya dan dilampirkan pada kemasan.	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan • Kepercayaan • Penilaian terhadap labelisasi halal (Elmi As Pelu, 2009: 14)	Likert
Pengetahuan Produk (X_3)	Menurut Peter dan Olson (1999), pengetahuan produk merupakan keseluruhan informasi yang dimiliki konsumen tentang berbagai jenis produk atau jasa, termasuk fungsi dan karakteristik produk, dampak penggunaan produk, tingkat kepuasan yang dicapai produk dan pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan produk atau jasa tersebut (Firmansyah, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik produk • Manfaat produk • Risiko mengkonsumsi produk (Peter dan Olson, 2013: 70)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian termasuk bagian dari perilaku konsumen, yaitu	<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan kebutuhan 	Likert

	tindakan memilih, membeli, menggunakan, menilai, dan menghabiskan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya (Kotler dan Keller, 2008: 166).	<ul style="list-style-type: none"> • Pencarian informasi • Evaluasi alternatif • Keputusan pembelian • Perilaku setelah pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008: 179)	
--	--	---	--

Sumber: Data sekunder yang diolah

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data-data dengan berbagai cara, diantaranya yaitu studi lapangan (*field research*). Dalam hal ini, peneliti terjun ke lokasi dengan teknik sebagai berikut:

- a. Melakukan penyebaran kuesioner atau angket. Kuesioner berisi daftar pertanyaan tertulis yang telah disiapkan sebelumnya yang dimaksudkan untuk dijawab responden (Sugiyono, 2019: 199). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert's, yang mana skala ini digunakan untuk mengukur tanggapan atau respons seseorang tentang obyek sosial (Suliyanto, 2011: 10). Kuesioner disebarikan secara *online* melalui *google form* kepada masyarakat Kecamatan Karangpucung yang pernah membeli obat bebas dengan memberi skor jawaban berikut ini (Suliyanto, 2011: 19):

Tabel 6
Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

- b. Melakukan wawancara tidak terstruktur. Wawancara ini dilakukan dengan bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2019: 198). Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan bertanya langsung kepada beberapa warga Desa Ciporos Kecamatan Karangpucung terkait faktor-faktor apa saja yang paling mempengaruhi dalam memutuskan pembelian obat bebas. Pemilihan warga Desa Ciporos sebagai data awal dikarenakan Desa Ciporos merupakan desa dengan penduduk terbanyak dibandingkan dengan desa lainnya yang ada di Kecamatan Karangpucung.

2. Sumber Data

Ada dua jenis data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dihimpun langsung dari sumber datanya (Bramantoro, 2020), dimana data primer ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner atau angket dan wawancara. Sumber data ini disebut responden. Sedangkan data sekunder merupakan data yang biasanya diambil dari perpustakaan dan penelitian sebelumnya (Barnabas, 2008). Data sekunder untuk penelitian ini yaitu studi pustaka, seperti buku, jurnal, berita, dan lain sebagainya.

F. Teknik Analisis Data Penelitian

Untuk mengolah data primer yang dikumpulkan, penelitian ini menggunakan teknik analisis data melalui uji statistik sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan mengukur apakah sebuah kuesioner valid atau tidak. Sebuah kuesioner dianggap valid apabila pertanyaannya dapat menyatakan suatu yang terukur (Ghozali, 2009).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ dengan α 0,05

atau tingkat kepercayaan 95%. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Begitupun sebaliknya (Suliyanto, 2011: 23).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas membuktikan sejauh mana sebuah instrumen dapat memberikan hasil (Ghozali, 2009). Uji reliabilitas digunakan untuk uji kestabilan responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner (Suliyanto, 2011: 28). Untuk menguji reliabilitas digunakan metode *croancbach alpha*, yang mana jika nilai *croancbach alpha* $> 0,60$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel (Purnomo, 2016: 79).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk menentukan apakah suatu variabel bebas atau terikat berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, hasil penelitian akan diolah menggunakan analisis inferensial (kuantitatif). Sedangkan untuk analisis dibantu program *SPSS statistics 20*. Analisis data menggunakan metode regresi linear berganda, namun sebelumnya diperlukan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menguji apakah nilai residu terstandarisasi berdistribusi normal dalam model regresi. Nilai residu terdistribusi normal ketika sebagian besar nilai yang distandarisasi mendekati rata-rata. Di sisi lain, nilai sisa ternormalisasi yang berdistribusi normal dapat diwakili oleh kurva berbentuk lonceng dengan dua sisi lebar tak terhingga. Berdasarkan definisinya, pengujian ini dilakukan variabel demi variabel, namun hanya pada nilai residual yang ternormalisasi. Penelitian ini menggunakan uji statistik non parametik Kolmogorov-Smirnov yang mana menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Jika K hitung $< K$ tabel atau nilai Sig. $> \alpha$ (0,05), maka nilai residual terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal (Suliyanto, 2011: 75).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel dari model regresi yang terbentuk. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai $VIF \leq 10$, maka model regresi tersebut dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinier (Suliyanto, 2011: 90).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti varian variabel dalam model regresi tidak seragam. Sebaliknya, apabila model regresinya mempunyai varian variabel yang sama, maka disebut homoskedastisitas. Penelitian ini menggunakan metode Glejser yang dilakukan dengan meregresikan semua variabel independen terhadap nilai mutlak residualnya. Jika Sig. variabel independen $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi tersebut (Suliyanto, 2011: 98).

d. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui model yang dibuktikan apakah linier atau tidak. Penelitian ini menggunakan metode analisis grafik yang dilakukan dengan mengamati *scatterplot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi, sedangkan sumbu vertical menggambarkan nilai residual terstandarisasi. Jika plot menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *regression standardized residual*, maka model regresi tersebut dinyatakan linier (Suliyanto, 2011: 145).

3. Uji Regresi Linear Berganda

Karena variabel independen terdiri dari beberapa variabel, maka setelah melakukan uji asumsi klasik, penulis menggunakan metode regresi linear berganda untuk menganalisisnya. Menurut Sugiarto dan Harijono (2000), analisis regresi berganda pada awalnya dikembangkan oleh para ahli

ekonometri untuk memprediksi dampak kegiatan ekonomi pada segmen ekonomi yang berbeda. Dimungkinkan untuk memprediksi besarnya nilai Y (variabel dependen) yang diberikan nilai X (variabel independen) berdasarkan hubungan antara dua variabel yang diwakili oleh persamaan linear. Analisis regresi berganda digunakan karena lebih baik tak melihat hanya satu variabel predictor (Suliyanto, 2011: 53). Persamaan regresi berganda berbentuk:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian (variabel terikat)

X₁ : Variabel harga (variabel bebas)

X₂ : Variabel preferensi label halal (variabel bebas)

X₃ : Variabel pengetahuan produk (variabel bebas)

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi variabel harga

b₂ : Koefisien regresi variabel preferensi label halal

b₃ : Koefisien regresi variabel pengetahuan produk

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh parsial setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Suatu variabel akan berpengaruh jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau nilai Sig. < 0,05 (tingkat keyakinan yang dipilih), maka hipotesis diterima karena terbukti adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Akan tetapi, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($t_{hitung} < t_{tabel}$) atau nilai Sig. > 0,05 (tingkat keyakinan yang dipilih), maka hipotesis ditolak karena terbukti tidak adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y (Suliyanto, 2011: 62). Untuk menentukan t tabel, dalam pengujiannya penelitian ini menggunakan uji t satu ujung karena hipotesis yang diajukan sudah

menunjukkan arah. Rumus untuk menghitung t_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$t_{\text{tabel}} = (\alpha ; n-k)$$

Keterangan :

α = nilai probabilitas 5%

n = total sampel penelitian

k = total variabel penelitian

Berikut hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) H1 : Variabel harga secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas.
 - 2) H2 : Variabel preferensi label halal secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas.
 - 3) H3 : Variabel pengetahuan produk secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas.
- b. Uji F (Simultan)

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara simultan terdapat pengaruh signifikan antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui arti dari nilai uji F, bandingkan tingkat signifikansi (Sig. F) dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$). Jika Sig. F < 0.05 atau F-hitung > F-tabel, maka hipotesis diterima. Artinya, variabel bebas mempunyai pengaruh besar terhadap variabel terikat secara bersamaan. Sebaliknya, jika Sig. F > 0.05 atau F-hitung < F-tabel, maka hipotesis ditolak. Artinya, variabel bebas tidak mempunyai pengaruh besar terhadap variabel terikat secara bersamaan (Suliyanto, 2011: 62). Rumus untuk menghitung F-tabel adalah sebagai berikut:

$$F_{\text{tabel}} = \alpha ; (k-1; n-k)$$

Keterangan:

α = nilai probabilitas 5%

n = total sampel penelitian

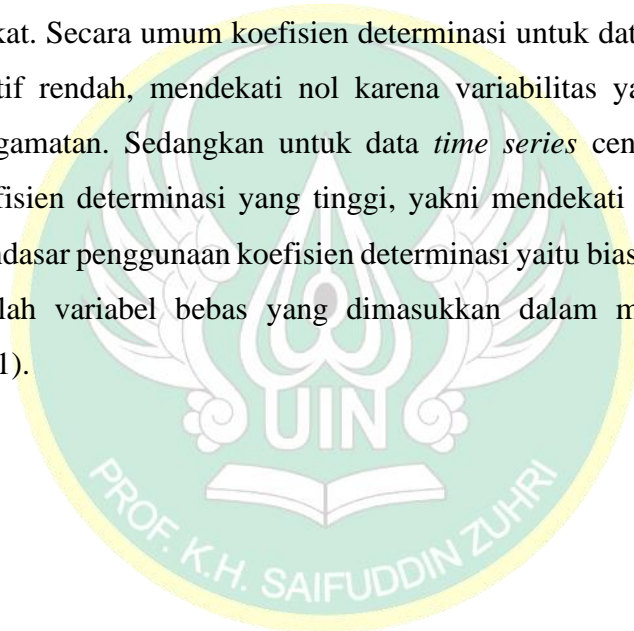
k = total variabel penelitian

Berikut hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

H4 : Variabel harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengukur kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin baik kemampuan menjelaskan perubahan variabel dependen. Sedangkan, nilai R^2 yang rendah sangat membatasi kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat. Secara umum koefisien determinasi untuk data *cross-sectional* relatif rendah, mendekati nol karena variabilitas yang tinggi setiap pengamatan. Sedangkan untuk data *time series* cenderung memiliki koefisien determinasi yang tinggi, yakni mendekati satu. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi yaitu bias bergantung pada jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model (Suliyanto, 2011).

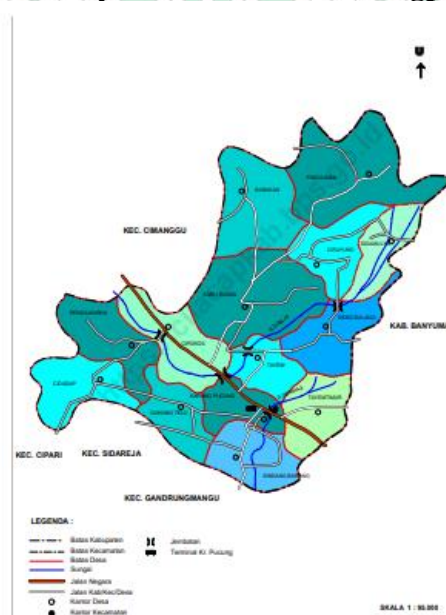


BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Karangpucung

Kecamatan Karangpucung terletak di bagian barat Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah dengan luas 115 KM² yang dipimpin oleh Bapak Asep Kuncoro, S.STP, MM. Secara fisiologis, sebagian besar daerah di Kecamatan Karangpucung adalah wilayah pegunungan sebesar 62%, sedangkan dataran rendah 17% dan perbukitan 21%. Kecamatan ini terdiri dari 14 desa dengan 107 RW dan 418 RT, meliputi Desa Cidadap, Pangawaren, Gunungtelu, Sindangbarang, Karangpucung, Tayem Timur, Tayem, Ciporos, Surusunda, Bengbulang, Sidamulya, Ciruyung, Pamulihan dan Babakan. Berikut peta wilayah Kecamatan Karangpucung:

Gambar 3
Peta Wilayah Kecamatan Karangpucung



Sumber: Data sekunder

Kecamatan Karangpucung merupakan kecamatan yang seperti pada umumnya. Mayoritas masyarakat Karangpucung bekerja menjadi petani, buruh tani, pedagang, peternak, ibu rumah tangga, wiraswasta dan Pegawai Negeri Sipil. Jumlah warga Kecamatan Karangpucung pada tahun 2020 mencapai

81.034 jiwa. Hampir semua penduduk menganut agama Islam dengan angka 80.749 jiwa. Selebihnya, Protestan 44 jiwa dan Katholik 241 jiwa. Ditinjau dari segi pendidikan, masyarakat di Kecamatan Karangpucung masih cukup rendah. Masyarakat Karangpucung yang berusia 5 tahun ke atas, mayoritas lulusan SD/Sederajat yang mencapai 20.965 orang. Angka ini jauh lebih besar dibandingkan dengan tingkat pendidikan lainnya. Selebihnya, tidak/belum sekolah ada 6.226 orang, tidak/belum tamat SD ada 14.686 orang, lulusan SMP/ Sederajat ada 14.563 orang, lulusan SMA/ Sederajat ada 8.033 orang, dan lulusan akademi/ perguruan tinggi terdapat 1.478 orang. Di samping itu, dalam berswamedikasi (pengobatan sendiri) rata-rata masyarakat Kecamatan Karangpucung lebih tertarik dengan membeli obat bebas karena mudah didapatkan dan ditemukan baik di apotek, toko obat, maupun warung-warung.

B. Karakteristik Responden

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang, yaitu warga Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap dengan ketentuan rentang usia 15-65 tahun. Perhitungan jumlah responden didasarkan pada rumus Lemeshow. Berikut ini gambaran karakteristik responden dari hasil survei yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	34	34%
Perempuan	66	66%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 34 orang dengan persentase 34%, sedangkan responden wanita terdapat 66 orang dengan persentase 66%. Artinya, sebagian besar yang pernah membeli obat bebas adalah berjenis kelamin perempuan.

2. Usia Responden

Tabel 8
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 26 tahun	54	54%
26 - 35 tahun	19	19%
36 - 45 tahun	19	19%
46 - 55 tahun	6	6%
56 - 65 tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan umur pada tabel 4.2 terdapat 54 orang berusia di bawah 26 tahun dengan persentase 54%, usia 26-35 tahun dan usia 36-45 tahun masing-masing berjumlah 19 orang dengan persentase 19%, usia 46-55 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase 6% dan usia 56-65 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 2%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden yang pernah membeli dan mengetahui obat bebas adalah pada usia < 26 tahun, yakni 15-25 tahun yang berjumlah 54 orang.

3. Pekerjaan responden

Tabel 9
Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Jenis Profesi	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	26	26%
Petani/Buruh	4	4%
PNS/BUMN/Guru/Dosen	10	10%
Karyawan/Wiraswasta	31	31%
Pedagang/Wirausaha	11	11%
Ibu Rumah Tangga	18	18%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Diketahui dari tabel 4.3 bahwasanya mayoritas responden bekerja sebagai karyawan/wiraswasta dengan jumlah 31 orang dengan persentase 31%. Sedangkan yang masih menjadi pelajar/mahasiswa sebanyak 26 orang dengan persentase 26%, bekerja sebagai petani/buruh ada 4 orang dengan persentase 4%, sebagai PNS/BUMN/Guru/Dosen terdapat 10 orang dengan persentase 10%, sebagai pedagang/wirusaha berjumlah 11 orang dengan persentase 11%, dan yang pekerjaannya menjadi ibu rumah tangga ada 18 responden dengan persentase 18%. Artinya, masyarakat yang pernah membeli obat bebas mayoritas bekerja sebagai karyawan/wiraswasta.

4. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 10
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

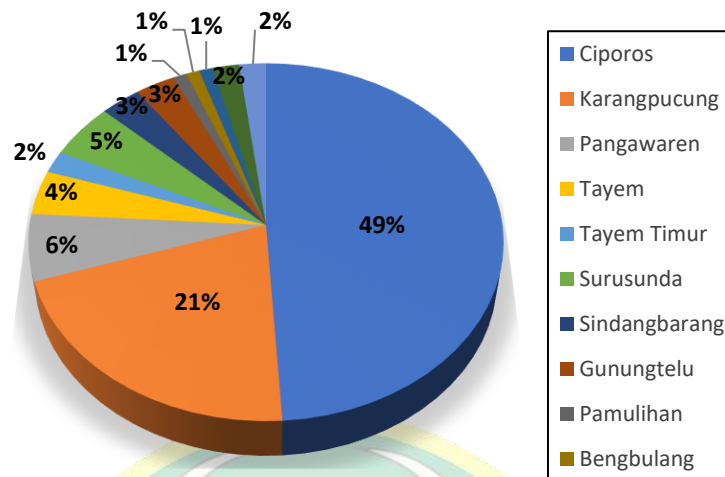
Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD/Sederajat	13	13%
SMP/Sederaja	11	11%
SMA/Sederajat	51	51%
Diploma	5	5%
S1/S2/S3	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.4 terlihat bahwa responden didominasi oleh tamatan SMA/Sederajat yang berjumlah 51 orang dengan persentase 51%. Sedangkan lulusan SD/Sederajat ada 13 orang dengan persentase 13%, SMP/Sederajat ada 11 orang dengan persentase 11%, diploma ada 5 orang dengan persentase 5%, dan lulusan S1/S2/S3 terdapat 20 responden dengan persentase 20%. Hal ini berarti, sebagian besar warga yang pernah membeli obat bebas adalah tamatan SMA/Sederajat.

5. Domisili Responden

Gambar 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili



Sumber: Data primer yang diolah

Dari gambar tersebut, terlihat bahwa dari 100 responden mayoritas warga Desa Ciporos sebanyak 49 orang. Selebihnya, yaitu warga Desa Karangpucung, Pangawaren, Tayem, Tayem Timur, Surusunda, Sindangbarang, Gunungtelu, Pamulihan, Bengbulang, Sidamulya, Cidadap, dan Babakan.

6. Pendapatan Per-bulan responden

Tabel 11
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-bulan

Pendapatan Per-bulan	Frekuensi	Persentase
\leq Rp 1.000.000	40	40%
Rp 1.000.001-Rp 2.000.000	23	23%
Rp 2.000.001-Rp 3.000.000	17	17%
Rp 3.000.001-Rp 4.000.000	14	14%
$>$ Rp 4.000.000	6	6%
Total	100	100%

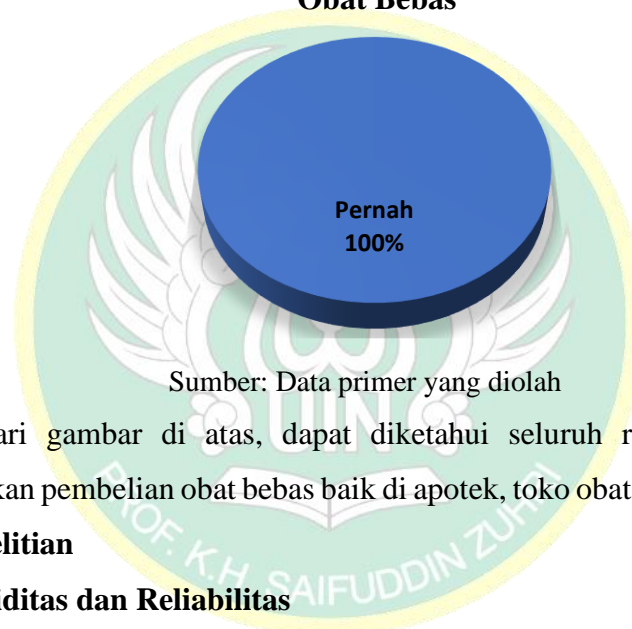
Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.5 menunjukkan pendapatan per-bulan responden didominasi \leq Rp 1.000.000, yaitu 40 orang atau 40%. Sedangkan, 23 orang dengan pendapatan Rp 1.000.001-Rp 2.000.000 atau 23%, 17 orang berpendapatan

Rp 2.000.001-Rp 3.000.000 atau 17%, 14 orang dengan pendapatan Rp 3.000.001-Rp 4.000.000 atau 14%, dan berpenghasilan lebih dari Rp 4.000.000 terdapat 6 orang atau 6%. Artinya, rata-rata masyarakat Kecamatan Karangpucung yang pernah membeli obat bebas adalah yang pendapatan per-bulannya \leq Rp 1.000.000 atau sebesar 40%. Hal ini disebabkan karena obat bebas memiliki harga yang sangat terjangkau bagi kalangan masyarakat yang berpendapatan rendah.

7. Pengalaman Pembelian Obat Bebas

Gambar 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian Obat Bebas



Sumber: Data primer yang diolah

Dari gambar di atas, dapat diketahui seluruh responden pernah melakukan pembelian obat bebas baik di apotek, toko obat, maupun warung.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Untuk menguji valid atau tidak sebuah kuesioner digunakanlah uji validitas ini dan apabila pertanyaannya bisa menyatakan sesuatu yang terukur maka kuesioner dianggap valid (Ghozali, 2009). Pengujiannya dilihat dari perbandingan antara nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel} untuk derajat kebebasan (df) = $n-2$ dengan alpha 0,05 atau tingkat kepercayaan 95%. Pertanyaan dianggap valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif (Suliyanto, 2011: 23). Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Nilai r_{tabel} dapat dihitung sebagai berikut:

$$df = 100-2 = 98, \text{ sehingga nilai } r_{tabel} \text{ sebesar } 0,1654$$

Berikut ini disajikan hasil pengolahan data responden pada tabel di bawah ini, yaitu:

Tabel 12
Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	Nilai r-tabel	Nilai r-hitung	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,1654	0,631	Valid
	X1.2	0,1654	0,548	Valid
	X1.3	0,1654	0,638	Valid
	X1.4	0,1654	0,662	Valid
	X1.5	0,1654	0,582	Valid
	X1.6	0,1654	0,676	Valid
Preferensi Label Halal (X2)	X2.1	0,1654	0,581	Valid
	X2.2	0,1654	0,744	Valid
	X2.3	0,1654	0,740	Valid
	X2.4	0,1654	0,595	Valid
	X2.5	0,1654	0,760	Valid
	X2.6	0,1654	0,652	Valid
	X2.7	0,1654	0,730	Valid
	X2.8	0,1654	0,569	Valid
	X2.9	0,1654	0,639	Valid
Pengetahuan Produk (X3)	X3.1	0,1654	0,441	Valid
	X3.2	0,1654	0,667	Valid
	X3.3	0,1654	0,576	Valid
	X3.4	0,1654	0,663	Valid
	X3.5	0,1654	0,702	Valid
	X3.6	0,1654	0,326	Valid
	X3.7	0,1654	0,563	Valid
	X3.8	0,1654	0,614	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,1654	0,686	Valid
	Y2	0,1654	0,415	Valid
	Y3	0,1654	0,375	Valid
	Y4	0,1654	0,503	Valid
	Y5	0,1654	0,385	Valid
	Y6	0,1654	0,671	Valid
	Y7	0,1654	0,652	Valid
	Y8	0,1654	0,717	Valid
	Y9	0,1654	0,813	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Berdasarkan hasil di atas, menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,1654. Dengan demikian, setiap skor pertanyaan dari variabel

penelitian di atas telah terbukti valid. Artinya, semua pertanyaan dapat mengukur variabel harga, preferensi label halal, pengetahuan produk, dan keputusan pembelian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas membuktikan seberapa baik sebuah instrumen dapat memberikan hasil (Ghozali, 2009). Selain itu, uji ini juga berfungsi untuk menguji kestabilan responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner (Suliyanto, 2011: 28). Untuk menguji reliabilitas digunakan metode *croancbach alpha*, yang mana jika nilai *croancbach alpha* > 0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel (Purnomo, 2016: 79). Berikut hasil perhitungannya disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Standar nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Harga (X1)	0,683	> 0,60	Reliabel
Preferensi Label Halal (X2)	0,832	> 0,60	Reliabel
Pengetahuan Produk (X3)	0,663	> 0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,753	> 0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini terbukti reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach alpha* lebih dari 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam model regresi, pengujian ini membuktikan apakah nilai residu terstandarisasi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residu terdistribusi normal ketika sebagian besar nilai yang distandarisasi mendekati rata-rata. Di sisi lain, nilai sisa ternormalisasi yang

berdistribusi normal dapat diwakili oleh kurva berbentuk lonceng dengan dua sisi lebar tak terhingga. Berdasarkan definisinya, pengujian ini dilakukan variabel demi variabel, namun hanya pada nilai residual yang ternormalisasi. Uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov adalah metode yang digunakan oleh penelitian ini dengan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$ (Suliyanto, 2011: 75).

Berdasarkan **Lampiran 4.1**, nilai residual terstandarisasi dalam penelitian ini dinyatakan menyebar secara normal yang dapat diketahui dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yakni $0,557 > 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini untuk menguji apakah ada hubungan yang tinggi antar variabel dari model regresi yang terbentuk. Pengujian ini dibuktikan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk setiap variabel independen dari variabel dependen. Dianggap tidak terjadi gejala multikolinearitas apabila nilai $VIF \leq 10$ (Suliyanto, 2011: 90).

Berdasarkan **Lampiran 4.2**, hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa variabel harga mendapatkan nilai VIF 1,724 dan toleransi 0,580. Variabel preferensi label halal memiliki nilai VIF 1,701 dan toleransi 0,588. Variabel pengetahuan produk memiliki nilai VIF 1,774 dan toleransi 0,564. Hasil dari ketiga variabel membuktikan nilai $VIF < 10$ dan *tolerance* $> 0,10$ maka pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti varian variabel dalam model regresi tidak seragam. Sebaliknya, apabila model regresinya mempunyai varian variabel yang sama, maka disebut homoskedastisitas. Penelitian ini menggunakan metode Glejser, dimana semua variabel bebas diregresikan ke nilai residual absolutnya. Jika Sig.

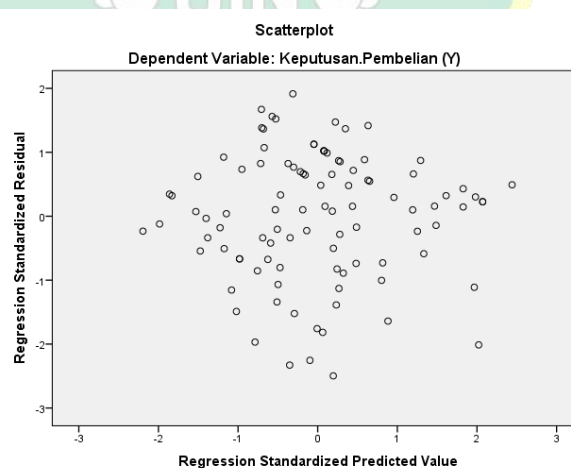
variabel bebas $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi tersebut (Suliyanto, 2011: 98).

Berdasarkan **Lampiran 4.3**, hasil dari uji heteroskedastisitas terlihat dari nilai sig. variabel harga 0,147. Preferensi label halal sebesar 0,151 dan pengetahuan produk sebesar 0,419 yang artinya semua nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada penelitian ini.

d. Uji Linieritas

Untuk mengetahui model yang dibuktikan apakah linier atau tidak digunakanlah uji linieritas. Pengujiannya dilakukan dengan mengamati *scatterplot*, dimana sumbu horizontal merepresentasikan nilai prediksi terstandarisasi dan sumbu vertikal merepresentasikan nilai residual terstandarisasi. Pengujian ini disebut dengan analisis grafis. Model regresi dikatakan linier apabila pada sumbu *regression standardized residual* kurva menyebar secara acak di bawah atau di atas nol (Suliyanto, 2011: 145).

Gambar 6
Hasil Uji Linieritas



Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Diketahui dari gambar tersebut bahwa pada sumbu *regression standardized residual* kurva menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah nol sehingga model regresi dengan pengujian ini dinyatakan linier.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Metode regresi linear berganda merupakan uji statistik untuk menguji penelitian yang lebih dari satu variabel bebas. Sugiarto dan Harijono (2000) menyatakan bahwa analisis regresi berganda pada awalnya dikembangkan oleh para ahli ekonometrika untuk memprediksi dampak kegiatan ekonomi pada segmen ekonomi yang berbeda. Dimungkinkan untuk memprediksi besarnya nilai Y yang diberikan nilai X berdasarkan hubungan antara dua variabel yang diwakili oleh persamaan linear. Analisis regresi berganda digunakan karena lebih baik tak melihat hanya satu variabel prediktor (Suliyanto, 2011: 53). Persamaan regresi berganda berbentuk:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : keputusan pembelian (variabel terikat)

X₁ : variabel harga (variabel bebas)

X₂ : variabel preferensi label halal (variabel bebas)

X₃ : variabel pengetahuan produk (variabel bebas)

a : konstanta

b₁ : koefisien regresi variabel harga

b₂ : koefisien regresi variabel preferensi label halal

b₃ : koefisien regresi variabel pengetahuan produk

Tabel 14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	11.502	3.969		
1					
Harga (X1)	.478	.135	.364	3.544	.001
Preferensi.Label.Halal (X2)	-.217	.126	-.175	-1.718	.089
Pengetahuan.Produk (X3)	.595	.133	.467	4.489	.000

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Tabel di atas menunjukkan hasil regresi berganda, dimana persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = (11,502) + 0,478X_1 - 0,217X_2 + 0,595X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian

X₁ : Harga

X₂ : Preferensi label halal

X₃ : Pengetahuan produk

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- a. Persamaan regresi $Y = (11,502) + 0,478X_1 - 0,217X_2 + 0,595X_3 + e$ menyatakan bahwa nilai bilangan konstanta bernilai positif, artinya keputusan pembelian akan sebesar 11,502 jika nilai variabel lainnya konstan.
- b. Variabel X₁ memiliki koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,478 yang menunjukkan setiap peningkatan keterjangkauan harga suatu produk obat bebas sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,478 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Artinya, variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- c. Variabel X₂ memiliki koefisien regresi yang bernilai negatif sebesar -0,217 yang menunjukkan setiap peningkatan preferensi label halal sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 0,217 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Artinya, variabel preferensi label halal mempunyai pengaruh negatif atau dapat dikatakan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.
- d. Variabel X₃ memiliki koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,595 yang menunjukkan setiap peningkatan pengetahuan produk sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,595 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Artinya, variabel pengetahuan produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji-t (Parsial)

Menurut Suliyanto (2011: 62) untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakanlah uji-t ini. Suatu hipotesis diterima ketika terbukti adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai Sig. $< 0,05$ (tingkat keyakinan yang dipilih). Akan tetapi, hipotesis ditolak ketika terbukti tidak adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$ (tingkat keyakinan yang dipilih). Karena hipotesis yang diambil sudah menunjukkan arah, maka digunakanlah uji t satu sisi (*one tailed*) untuk menentukan t-tabel. Rumus untuk menghitung t-tabel yaitu:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (\alpha ; n-k) \\ &= (5\% ; 100-4) \\ &= 0,05 ; 96 \\ &= 1,660 \end{aligned}$$

Keterangan :

α = nilai probabilitas 5%

n = total sampel

k = total variabel

Adapun hasil uji-t pengaruh variabel harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk terhadap variabel keputusan pembelian obat bebas disajikan pada **Tabel 14** dengan interpretasi sebagai berikut:

- 1) Diperoleh nilai t-hitung dari variabel harga sebesar $3,544 > t_{tabel}$ 1,660 dan nilai Sig. $0,001 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung pada taraf signifikansi 5% atau dengan kata lain hipotesis pertama (H1) diterima.
- 2) Diperoleh nilai t-hitung dari variabel preferensi label halal sebesar -

1,718 < t-tabel 1,660 dan nilai Sig. 0,089 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel preferensi label halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung pada taraf signifikansi 5% atau dengan kata lain hipotesis kedua (H2) ditolak.

- 3) Diperoleh nilai t-hitung dari variabel pengetahuan produk sebesar 4,489 > t-tabel 1,660 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung pada taraf signifikansi 5% atau dengan kata lain hipotesis ketiga (H3) diterima.

b. Uji-F (Simultan)

Uji-F dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara bersamaan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui arti dari nilai uji F, bandingkan tingkat Sig. F dengan tingkat Sig. $\alpha = 5\%$. Suatu hipotesis diterima jika Sig. F < 0.05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$. Artinya, variabel independen memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel dependen secara bersamaan. Sementara itu, hipotesis ditolak jika Sig. F > 0.05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel bebas tidak mempunyai pengaruh besar terhadap variabel terikat secara bersamaan (Suliyanto, 2011: 62). Rumus untuk menghitung F-tabel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= \alpha ; (k-1 ; n-k) \\ &= 5\% ; (4-1 ; 100-4) \\ &= 0,05 ; (3 ; 96) \\ &= 2,70 \end{aligned}$$

Keterangan:

α = nilai probabilitas 5%

n = total sampel

k = total variabel

Tabel 15
Hasil Uji-F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	834.460	3	278.153	22.612	.000 ^b
Residual	1180.930	96	12.301		
Total	2015.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian (Y)
b. Predictors: (Constant), Pengetahuan.Produk (X3), Preferensi.Label.Halal (X2), Harga (X1)

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Hasil uji-F di atas menunjukkan bahwa variabel harga, preferensi label halal dan pengetahuan produk secara bersamaan mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni $22,612 > 2,70$ dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis ke empat (H4) diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar R^2 yang disesuaikan maka semakin baik kemampuan menjelaskan perubahan variabel dependen. Sedangkan, nilai *adjusted R square* yang rendah sangat membatasi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependennya. Secara umum, *adjusted R square* untuk data *cross-sectional* relatif kecil mendekati nol karena variabilitas yang tinggi dari setiap observasi. Sedangkan, *adjusted R square* yang tinggi mendekati satu biasanya untuk data *time series*. Kelemahan utama dalam penggunaan koefisien determinasi yaitu bias karena bergantung pada total variabel bebas yang ada dalam model tersebut (Suliyanto, 2011).

Tabel 16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	.414	.396	3.50733
a. Predictors: (Constant), Pengetahuan.Produk (X3), Preferensi.Label.Halal (X2), Harga (X1)				
b. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian (Y)				

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner SPSS Versi 20

Dari tabel 4.10 diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,396 sehingga kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 39,6%. Dengan kata lain, variabel harga, preferensi label halal dan pengetahuan produk dapat menjelaskan 39,6% perbedaan dalam keputusan pembelian obat bebas. Sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk pada penelitian ini, yaitu sebesar 60,4%.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap

Berdasarkan hasil penelitian, faktor harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan warga wilayah Karangpucung dalam membeli obat bebas. Hal ini dikonfirmasi pada hasil analisis regresi linier berganda dengan nilai Sig. $0,001 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,478 yang berarti keputusan pembelian mengalami kenaikan seiring dengan semakin terjangkaunya harga obat bebas. Selain itu, hasil uji t dari variabel harga yaitu nilai $t_{hitung} 3,544 > t_{tabel} 1,660$. Hasil ini dapat menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung dengan taraf signifikansi 5% atau **hipotesis kesatu (H1) diterima**.

Hasil tersebut juga didukung oleh hasil penyebaran kuesioner yang mana dapat dilihat bahwa indikator keterjangkauan harga yang paling mempengaruhi masyarakat Kecamatan Karangpucung dalam memutuskan

pembelian obat bebas. Akan tetapi, ketiga indikator lainnya tetap berpengaruh namun tidak dominan. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa warga setempat pada 18 Juli dan 5 Desember 2022, mereka juga berpendapat bahwa harga menjadi faktor utama yang mereka pertimbangkan sebelum membeli obat bebas. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kecamatan Karangpucung sangat memperhatikan harga yang terjangkau dimana dapat menyesuaikan ekonomi mereka. Terjangkau disini biasanya lebih murah dibandingkan obat jenis lain. Sehingga semakin harga obat bebas terjangkau, maka keputusan pembelian obat bebas juga meningkat. Maka dari itu, harga menjadi salah satu faktor penentu bagi masyarakat Kecamatan Karangpucung ketika memutuskan untuk membeli obat bebas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwasanya sikap terhadap perilaku merupakan sikap seseorang dalam menilai sesuatu menguntungkan atau tidak (Ajzen, 1991: 179). Teori perilaku terencana digunakan untuk memperkirakan dan menjelaskan keinginan perilaku dalam psikologi sosial, tetapi teori ini juga digunakan dalam bidang kesehatan dan olahraga, pendidikan, pemasaran, perilaku organisasi dan bidang lainnya (Meitiana, 2017). Variabel harga dalam penelitian ini merupakan terapan dari sikap itu sendiri. Harga didefinisikan sebagai jumlah nilai yang akan ditukar konsumen untuk barang atau jasa yang mereka miliki atau gunakan (Kotler dan Armstrong, 2008: 345). Penetapan harga harus sesuai dengan daya beli, kualitas dan spesifikasi produk obat bebas sehingga relevan ketika di pasaran. Harga obat diatur dalam Permenkes No. 98 Tahun 2015 tentang Pemberian Informasi HET obat.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Nani, dkk (2022) bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian produk herbal secara positif dan signifikan. Pada penelitian Umah (2017) juga mengatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan santri pondok pesantren UII dalam membeli obat bebas.

2. Pengaruh Preferensi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap

Variabel preferensi label halal dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai Sig. $0,089 > 0,05$ dan koefisien regresinya bernilai negatif sebesar $-0,217$. Selain itu, pada uji t variabel preferensi label halal mempunyai nilai $t_{hitung} -1,718 < t_{tabel} 1,660$. Oleh karena itu, variabel preferensi label halal memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga **hipotesis kedua (H2) ditolak**. Artinya, perubahan pada preferensi label halal tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian obat bebas secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kecamatan Karangpucung kurang memperhatikan dan kurang peduli adanya label halal pada bungkus obat bebas.

Hal ini juga didukung oleh hasil penyebaran kuesioner yang mana dapat dilihat bahwa sebagian kecil dari warga Karangpucung yang prefer terhadap adanya label halal, indikator penilaian terhadap labelisasi halal juga yang paling tidak mempengaruhi masyarakat Kecamatan Karangpucung dalam memutuskan pembelian obat bebas dan kedua indikator lainnya juga kurang berpengaruh. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa warga setempat pada 18 Juli dan 5 Desember 2022, mereka juga berpendapat bahwa label halal pada kemasan obat bebas bukanlah faktor yang terpenting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Padahal, tidak semua produk obat bebas itu halal dan tidak semua obat bebas yang berlabel halal akan memberikan keuntungan bagi mereka. Sebagian besar dari seluruh responden, akan tetap membeli obat bebas meskipun pada kemasannya tidak ada label halal, karena ada situasi yang sering dilakukan oleh masyarakat dimana masyarakat mengkonsumsinya karena sebuah kebutuhan baik itu mendesak ataupun tidak, tujuannya agar sakit yang dirasakan dapat disembuhkan dengan mengonsumsi obat bebas yang dipilih. Dapat disimpulkan bahwa preferensi label halal tidak dapat memberikan nilai positif dan peluang yang

besar terhadap masyarakat Kecamatan Karangpucung dalam melakukan keputusan pembelian obat bebas karena kurangnya pengetahuan dan informasi terkait label halal. Dengan demikian, preferensi label halal tidak dapat menjadi faktor penentu masyarakat Kecamatan Karangpucung dalam melakukan keputusan pembelian obat bebas.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan sikap terhadap perilaku merupakan sikap seseorang dalam menilai sesuatu yang menguntungkan atau tidak (Ajzen, 1991: 179). Teori perilaku terencana bertujuan untuk memperkirakan dan menjelaskan keinginan perilaku dalam psikologi sosial, tetapi teori ini juga digunakan dalam bidang kesehatan dan olahraga, pendidikan, pemasaran, perilaku organisasi, dan bidang lainnya (Meitiana, 2017). Variabel preferensi label halal dalam penelitian ini merupakan terapan dari sikap itu sendiri. Label halal obat merupakan tanda pada kemasan obat yang mencirikan bahwa produk tersebut dapat dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam (Ismail, 2021). Sedangkan, preferensi label halal adalah pilihan konsumen terhadap suatu produk atau jasa karena adanya label halal. Teori perilaku terencana menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap preferensi label halal terdiri dari keyakinan dan kesadaran mereka terhadap label halal pada kemasan obat bebas serta hasil dari sikap yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian obat seseorang.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Aspan dkk (2017) bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian Syawaludddin dan Gobel (2022) juga menyimpulkan bahwa label halal tidak berdampak signifikan pada pilihan konsumen.

3. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap

Berdasarkan uji-t diperoleh nilai t-hitung sebesar 4,489 dan nilai t-tabel sebesar 1,660 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan untuk nilai signifikansinya

yaitu $0,000 < 0,05$ jadi **hipotesis ketiga (H3) diterima**. Nilai t-hitung yang positif membuktikan bahwa variabel X3 memiliki hubungan searah dengan Y. Dengan demikian, pengetahuan produk mempengaruhi secara positif dan signifikan keputusan masyarakat Karangpucung dalam membeli obat bebas.

Hasil tersebut didukung oleh hasil penyebaran kuesioner yang mana dapat dilihat bahwa pengetahuan masyarakat Kecamatan Karangpucung terkait obat bebas dapat dikatakan cukup paham. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa warga setempat pada 18 Juli dan 5 Desember 2022, mereka juga berpendapat bahwa pengetahuan produk menjadi faktor cukup penting yang mereka pertimbangkan sebelum membeli obat bebas. Rata-rata masyarakat Kecamatan Karangpucung mencari informasi terlebih dahulu terkait obat bebas yang dibutuhkan agar apa yang dibeli nantinya tidak membahayakan kesehatannya. Semakin banyak informasi konsumen, semakin besar kemungkinan mereka dalam memutuskan pembelian obat bebas yang dibutuhkan. Maka dari itu, *product knowledge* menjadi salah satu faktor penentu bagi masyarakat Kecamatan Karangpucung dalam mengambil keputusan pembelian obat bebas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan sikap terhadap perilaku merupakan sikap seseorang menilai sesuatu yang menguntungkan atau tidak (Ajzen, 1991: 179). Teori perilaku terencana digunakan untuk memperkirakan dan menjelaskan keinginan perilaku dalam psikologi sosial, tetapi teori ini juga digunakan dalam bidang kesehatan, olahraga, pendidikan, pemasaran, perilaku organisasi, dan bidang lainnya (Meitiana, 2017). Variabel *product knowledge* merupakan terapan dari sikap itu sendiri. Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi tentang produk. Konsumen akan mengambil keputusan untuk mengonsumsi obat bebas ketika mereka memiliki informasi yang mereka ketahui (Sumarwan, 2015: 148). Pengetahuan produk mengacu pada pengetahuan umum konsumen tentang berbagai jenis produk atau jasa, termasuk fungsi dan karakteristik produk, dampak penggunaan produk,

tingkat kepuasan yang dicapai serta informasi lainnya yang berkaitan dengan produk (Firmansyah, 2018: 64).

Hasil penelitian di atas sesuai dengan penelitian Annisa dan Wijaya (2019) yang menjelaskan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebab, apabila konsumen tidak mempunyai pengetahuan terkait obat herbal maka dapat membahayakan konsumen itu sendiri. Di dukung pula oleh penelitian Ashari (2019) bahwasanya pengetahuan produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk farmasi di Desa Mojorejo.

4. Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap

Pada penelitian ini diketahui bahwa harga (X_1), preferensi label halal (X_2), dan pengetahuan produk (X_3) secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian obat bebas (Y) pada masyarakat Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap. Hasil diperoleh $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $22,612 > 2,70$ dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, **hipotesis keempat (H4) diterima**, berarti variabel bebas secara bersamaan mempengaruhi variabel terikat. Sementara itu, hasil penelitian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa tiga variabel bebas yaitu harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan pembelian sebesar 0,396 atau 39,6%. Sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini yaitu 60,4 persennya.

Hasil tersebut juga di dukung oleh hasil wawancara pada 5 Desember 2022 dengan salah satu warga Kecamatan Karangpucung, Ibu Novi. Berikut percakapan peneliti dengan narasumber tersebut:

Peneliti: “Apa tindakan pertama yang biasanya Ibu Novi lakukan saat merasakan sakit kepala?”

Narasumber: “Biasanya saya membeli obat bodrex di warung terdekat”.

Peneliti: “Apa yang menjadi pertimbangan ibu memilih membeli obat tersebut?”

Narasumber: “Harganya murah, tidak perlu banyak mengorbankan waktu dan tenaga. Obat bodrex juga sudah berlabel halal. Jadi saya yakin obat ini aman.”

Peneliti: “Selain itu, apakah Ibu mencari tahu terlebih dahulu informasi terkait obat tersebut?”

Narasumber: “Tentu Mba, kalau kita hanya asal beli nantinya bisa saja malah memperparah sakitnya kita.”

Peneliti: “Baik Ibu, jadi menurut Ibu preferensi label halal dan pengetahuan terhadap produk itu penting ya bu?”

Narasumber: “Betul sekali, Mba.”

Menurut percakapan di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak hanya harga yang terjangkau, namun preferensi label halal dan pengetahuan produk obat merupakan faktor yang penting untuk dipertimbangkan saat membuat keputusan pembelian obat bebas, agar kita sebagai konsumen tidak menyesal di kemudian hari. Seperti kasus yang terjadi baru-baru ini, banyak anak yang meninggal karena mengkonsumsi obat bebas jenis sirup yang ternyata mengandung zat berbahaya. Hal tersebut terjadi tidak hanya kesalahan satu pihak saja, karena kita sebagai konsumen pun perlu berhati-hati sebelum memutuskan untuk membeli obat bebas. Ibu Novi juga menanggapi terkait berita yang beredar di Indonesia tentang obat sirup yang mengandung zat berbahaya, antara lain:

1. Kurangnya ketelitian dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam mengawasi obat hasil produksi beberapa industri farmasi, salah satunya PT Afifarma. Obat Sirup *Paracetamol Drops*, *Paracetamol Syrup Rasa Papermint*, dan *Vipcol Syrup* yang dikeluarkan oleh industri ini termasuk dalam kategori obat bebas. Sebaiknya, BPOM dalam menjalankan tugasnya dengan cara mengecek secara berkala terkait kandungan obat yang digunakan oleh industri tersebut. Agar produsen juga tidak menyimpang dari aturan yang berlaku.

2. Tidak hanya obat-obat produksi PT Afifarma, tapi alangkah baiknya LPPOM dan BPOM mengambil sikap yang sama terhadap industri obat farmasi lainnya, khususnya golongan obat bebas. Karena obat bebas itu banyak peminatnya. Selain karena harganya yang terjangkau, obat bebas juga mudah ditemukan dan didapatkan baik di apotek, toko obat, maupun warung-warung.
3. Akan lebih baik jika semua produk obat di Indonesia yang boleh beredar adalah produk obat yang sudah bersertifikasi halal, sehingga setiap obat akan mendapatkan label halal. Tidak hanya halal tapi juga baik. Agar konsumen tidak ragu dalam membeli dan mengonsumsi obat-obatan.

Hasil tersebut sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa sikap terhadap perilaku merupakan sikap seseorang dalam menilai sesuatu yang menguntungkan atau tidak (Ajzen, 1991: 179). Teori perilaku terencana bertujuan untuk memperkirakan dan menjelaskan keinginan perilaku dalam psikologi sosial, tetapi teori ini juga digunakan dalam bidang kesehatan dan olahraga, pendidikan, pemasaran, perilaku organisasi, dan lain-lain (Meitiana, 2017). Dalam penelitian ini, variabel harga, preferensi label halal dan pengetahuan produk merupakan terapan dari sikap itu sendiri. Sejumlah uang yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat barang dan jasa yang digunakan disebut dengan harga. Harga menjadi salah satu bauran *marketing* yang harus dipersiapkan secara matang, sebab kaitannya dengan produk, promosi dan distribusi (Kotler dan Armstrong, 2008: 345). Label halal obat merupakan tanda pada bungkus obat yang mencirikan bahwa produk tersebut dapat dikonsumsi sesuai syariat Islam (Ismail, 2021). Di samping itu, pengetahuan produk juga mengacu pada pengetahuan umum konsumen tentang berbagai jenis produk atau jasa, termasuk fungsi dan karakteristik produk, dampak penggunaan produk, tingkat kepuasan yang dicapai dan informasi lain yang berhubungan dengan produk dan jasa tersebut (Firmansyah, 2018: 64).

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Syawaluddin dan Gobel (2022) yang membuktikan bahwa secara simultan

label halal, pengetahuan produk, *brand image* dan kualitas produk berpengaruh signifikan pada taraf Sig. $0,000 < 0,05$. Di dukung juga oleh penelitian Ismail (2021), yang menyatakan bahwa secara bersamaan label halal, merek, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian obat bebas di Jawa Barat secara positif dan signifikan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap.
2. Variabel preferensi label halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap.
3. Variabel pengetahuan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap.
4. Secara simultan, variabel harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas pada masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. LPPOM MUI sebagai lembaga yang selama ini memiliki otoritas proses sertifikasi halal agar diberdayakan secara maksimal, bahkan ditunjuk sebagai satu-satunya lembaga yang sah untuk mengeluarkan sertifikasi halal, sehingga terintegrasi dengan pemerintah sebagai pengawas implementasi dari peraturan tersebut.
2. Diharapkan adanya peningkatan kerjasama dan jalinan kemitraan antara ulama, pemerintah, ilmuwan dan para ahli di bidang farmasi dalam menuntaskan status obat yang masih diragukan kehalalannya. Mengingat pentingnya pemenuhan akan kebutuhan obat yang bersertifikasi halal bagi

konsumen muslim dan konsumen non-muslim yang tertarik dengan produk halal, dan juga dapat meningkatkan angka 1% obat yang sudah bersertifikasi halal.

3. Diharapkan masyarakat tetap dalam keyakinannya untuk mengonsumsi produk halal termasuk pada produk obat bebas/farmasi dan dapat saling berbagi informasi tentang produk halal pada masyarakat lainnya sehingga dapat memilah produk obat bebas/farmasi yang halal untuk dikonsumsi.
4. Bagi para produsen produk obat bebas/farmasi, hendaknya mempertimbangkan ketiga faktor yang sudah diteliti pada penelitian ini yakni harga, preferensi label halal, dan pengetahuan produk.
5. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan tidak hanya pada variabel yang terdapat dalam penelitian ini tetapi lebih luas dan lebih mendalam lagi mengenai variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian obat bebas, seperti variabel merek (Ismail, 2021), variabel promosi (Umah, 2017), dan *halal awareness* (Aspan dkk, 2017) serta variabel dependennya seperti minat beli obat (Refmasita dkk, 2020).

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah diupayakan semaksimal mungkin oleh peneliti, namun masih terdapat banyak keterbatasan penelitian, antara lain:

1. Penelitian ini masih belum bisa mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk obat bebas. Penelitian ini hanya menemukan 39,6% dari faktor-faktor yang mempengaruhi sikap pembelian tersebut, sehingga masih terdapat 60,4% dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Informasi yang diberikan oleh responden saat mengisi kuesioner terkadang tidak sepenuhnya menunjukkan keadaan yang sebenarnya. Hal ini bisa terjadi karena perbedaan dalam pemikiran dan pemahaman setiap responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Firdaus et al. 2011. "Managing Customer Preference For The Food Service Industry". *International Journal of Innovation, Management, and Technology*.
- Airlangga, H. C, September 2018. "Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Halal di Indonesia". <https://halal.unair.ac.id/2018/09/05/beberapa-faktor-yang-mempengaruhi-kesadaran-halal-di-indonesia/>, diakses 24 Februari 2022
- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no. 2
- Al-Quran Online, 2022, "Website Al-Quran Digital Online Terjemahan Bahasa Indonesia", <https://www.mushaf.id/>, diakses 9 Desember 2022
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi 2010 ed.). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ashari, Mela. 2019. "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun". *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Aspan, Henry et al. 2017. "The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Product", dalam *International Journal of Global Sustainability*, Vol.1, No.1.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Persentase Penduduk yang Mengobati Sendiri Selama Sebulan Terakhir*. Dalam <https://www.go.id/> diakses pada 30 November 2022.
- Barnabas, D. L. 2008. *Analisis Statistik Deskriptif Menggunakan Mablub*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- BPOM, 2015, "Materi Edukasi Tentang Peduli Obat dan Pangan Aman", *GNPOPA (Gerakan Nasional Peduli Obat dan Pangan Aman)*, <https://www.pom.go.id/files/2016/brem.pdf>, diakses 20 Desember 2022, pukul 22.45
- BPS Cilacap. 2021. *Kecamatan Karangpucung Dalam Angka 2021*. Badan Pusat Statistik Cilacap.
- BPS Jateng. 2022. *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama di Provinsi Jawa Tengah*. Badan Pusat Statistik Jawa Tengah.
- Bramantoro, T. 2020. *Jurus Praktis Statistik Dasar dan Penggunaan Commander*. Banyumas: CV Pena Persada.

- Damayanti, diana F. 2019. *Profil persepan obat generik diapotek x kabupaten indramayu periode januari – maret tahun 2019*. Vol.4, No.1.
- DataIndonesia.id, 16 Februari 2022, "Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam", <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>, diakses pada 24 Februari 2022
- Dharmasari, S. 2003. *Faktor-Faktor Yang Berhubungan dengan Perilaku Pengobatan Sendiri Yang Aman, Tepat dan Rasional Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung Tahun 2003*. Depok: Universitas Indonesia.
- Dinkes Cilacap, 2022, "Daftar Apotek Kabupaten Cilacap", <https://dinkes.cilacapkab.go.id/data-dan-informasi/apotik/>, diakses pada 25 Juli 2022
- Eagly, dan Chaiken. 2007. *The Psychology of Attitudes*. harcourt Brace Jovanovich College.
- Elmi as Pelu, M. Ibnu. 2009. *Label Halal: Antara Spiritualitas Bisnis dan Komoditas Agama*. Malang: PT Pustaka Insan Madani.
- Firmansyah, Dedi. 2020. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)". *Skripsi*. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Firmansyah, M. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Qiara Media.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriana, Rofikah dan Suprehatin. Desember 2018. "Aplikasi Theory of Planned Behavior dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Indonesia dan Malaysia". *Jurnal Agribisnis Indonesia*, Vol.6, No.2.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, Mayang C. & Sulistyowati, Eny. Oktober 2020. "Kesadaran Hukum Konsumen Terkait Obat Bebas Yang Tidak Berlabel Halal di Surabaya," dalam *Jurnal Hukum*, Vol.7, No.4.
- Hidayat, Muhammad. 2010. *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Zikrul Hakim.

- Ismail, M. I. 2021. "Pengaruh Label Halal, Merek, dan Harga Pada Keputusan Pembelian Obat Bebas di Provinsi Jawa Barat". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, Vol.3, No.1.
- Pane, Merry D.M.C, 2021, "Paracetamol (Acetaminophen)", <https://www.alodokter.com/paracetamol>, diakses 7 Desember 2022
- Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 40 Tahun 2022 tentang *Penetapan Label Halal*.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. 2021. *Qur'an Kemenag in Microsoft Word*.
- Lemeshow, S. dan David. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Livia G, et al. 2022. "Effect Of Green Marketing, Product Knowledge and Brand Personality On Purchasing Decisions (Study Case The Body Shop)," *Journal Central Asia And The Caucasus*, Vol.13, No.1.
- Marsila, Evi & Hendarwati A. Maret 2022. "Pengaruh Tingkat Pengetahuan dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Obat Generik Di Kota Yogyakarta". *Prima Ekonomika*, Vol.13, No.1.
- Meitiana. 2017. "Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior". *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol.13, No.1.
- Mohajan, H. A. 2017. *Munich Personal RePEc Archive Knowledge is an Essential Element at Present World Knowledge is an Essential Element at Present World*. 83041.
- Muchid, et al. 2006. *Pedoman Penggunaan Obat Bebas dan Obat Bebas Terbatas*. Jakarta: Departemen Kesehatan Republik Indonesia.
- Muis, L. S. 2019. "Hak Atas Akseibilitas Obat Paten Bagi masyarakat. *Pranta*". Vol.2, No.1.
- MUI, L, 16 April 202, "Menjamin Obat Halal, Kemenkes Dorong Industri Farmasi Indonesia Produksi Bahan Baku Sendiri", <https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/menjamin-obat-halal-kemenkes-dorong-industri-farmasi-indonesia-produksi-bahan-baku-sendiri>, diakses 24 Februari 2022
- Muslimin, Supriadi et al. 2020. Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar: Journal of Islamic Economics*. Vol.2, No.1.

- Muttaqin, Yazid, "Tiga Tanda Seorang Anak Dikatakan Baligh", <https://islam.nu.or.id/syariah/tiga-tanda-seorang-anak-dikatakan-baligh-ZOGmU>, diakses 29 Desember 2022, pukul 12.07
- Nani, Nani et al. Maret 2022. "Effects of Promotion and Price on the Purchasing Decisions of Herbs Product". *International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT)*, Vol.5, No.2.
- Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 98 Tahun 2015 tentang *Pemberian Informasi Harga Eceran Tertinggi Obat* .
- Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 917/Menkes/Per/X/1993 tentang *Wajib Daftar Obat Jadi*.
- Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 3 Tahun 2021 tentang *Perubahan Penggolongan, Pembatasan, dan Kategori Obat*.
- Peter, J.P. & Olson J.C. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Pramana, E, 9 April 2022, *JawaPos.com*, <https://www.jawapos.com/nasional/pendidikan/09/04/2022/tingkat-pondidikan-penduduk-indonesia-didominasi-berpendidikan-rendah/>, diakses 25 Juli 2022
- Purnamawati, Andri dan Rudolf R.L. September 2017. "Analisis *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Obat Yang Dijual Bebas di Kecamatan Danurejan," *Jurnal Optimal*, Vol.14, No.2.
- Purnomo, R.A. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group.
- Puspitaningtyas, A. W. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Refmasita, Ayu Nur et al. 2020. Label Halal dan Kualitas Produk Obat Terhadap Minat Beli Obat Pada Mahasiswa Feb Uhamka. *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*. Vol.4, No.2.
- Simon, F. 2016. "Consumer adoption of No Junk Mail stickers: An extended planned behavior model assessing the respective role of store flyer attachment and perceived intrusiveness". *Journal of Retailing and Consumer Services* 29.
- Sudarsono, Heri. 2002. *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: CV. Adipura.
- Suciyani. 2021. "Tingkat Pengetahuan Obat Generik Pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar". *Skripsi*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin.

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed.). (Sutopo, Ed.) Bandung: CV Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (1 ed.). Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran* (2 ed.). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sumiati, & Gea Deni. Januari 2021. "Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek pada PT. Bernofarm". *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*. Vol.16, No.1.
- Supriyanto & Rohmad. 2016. *Pengantar Statistika*. (Adnan. A. R, Ed.) Yogyakarta: KALIMEDIA.
- Surat Al-Hujurat Ayat 6, tafsirweb.com, dari <https://tafsirweb.com/9776-surat-al-hujurat-ayat-6.html>, diakses 11 Desember 2022, pukul 02.55
- Surat An-Nisa Ayat 29, tafsirweb.com, dari <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>, diakses 11 Desember 2022, pukul 03.03
- Syamsuni, A. 2006. *Ilmu Resep*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran.
- Syawaluddin & Gobel, Yulia P. Desember 2021. "The Effect Of Halal Label, Product Knowledge, Brand Image, Product Quality On Consumer Decisions To Choose Product During Covid 19 Pandemic", *European Journal of Research Development and Sustainability (EJRDS)*, Vol.2, No.12.
- Syukrony, Wahib. 2017. "Teori Pengetahuan Konsumen Dalam Kaitannya Dengan Dalil - Dalil Islam", <http://trikkuliah.blogspot.com/2017/03/teori-pengetahuan-konsumen-dalam.html>, diakses 9 Desember 2022, pukul 20.18
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang *Kesehatan* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019).
- Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2021 tentang *Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021).
- Umah, K. A. 2017. "Pengaruh Label Halal, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas (Over The Counter) (Studi Empiris pada Mahasiswa dan Mahasiswi Pondok Pesantren UII)". *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Wijaya, Pandu A & Intan Tri A. 2019. Pengaruh Keterlibatan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan. *Managment Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.14, No.2.

Yanti, Aprilita Rina, "Dosis Obat dan Macam-Macam Dosis", <https://bahan-ajar.esaunggul.ac.id/far100/wp-content/uploads/sites/1775/2020/01/PPT-UEU-Pengantar-Farmasi-Pertemuan-8.pdf>, diakses 20 Desember 2022, pukul 20.00

Yanti, G., & Handayani. 2014. Metode Amenorea Laktasi (MAL) Pada Ibu Nifas Di Wilayah 05.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap”

Kepada Yth.
Masyarakat Kecamatan Karangpucung,
Kabupaten Cilacap
Di Tempat

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dengan ini saya bermaksud melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap”**. Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyelesaian tugas akhir saya.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap
2. Rentang usia 15-65 tahun
3. Bersedia menjadi responden
4. Pernah melakukan pembelian obat bebas di apotek, toko obat, atau warung
(**Nb:** Obat bebas adalah obat yang dijual bebas di pasaran dan dapat dibeli tanpa resep dokter)

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Saudara/i menjadi responden penelitian ini. Sejalan dengan etika penelitian, saya akan menjamin

kerahasiaan jawaban Saudara/i dan memastikan bahwa jawaban tersebut semata-mata hanya digunakan untuk tujuan penelitian ini. Untuk itu, kerahasiaan data Saudara/i akan saya jaga.

Demikian permohonan saya. Atas perhatian dan kesediaan Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,



Siti Marfixoh



A. Identitas Responden

Lengkapilah data di bawah ini dengan memberikan tanda centang (√).

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - < 26 tahun
 - 26-35 tahun
 - 36-45 tahun
 - 46-55 tahun
 - 56-65 tahun
4. Jenis Pekerjaan :
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Petani/Buruh
 - PNS/BUMN/Guru/Dosen
 - Karyawan/Wiraswasta
 - Pedagang/Wirausaha
 - Lainnya:
5. Pendidikan Terakhir :
 - SD/Sederajat
 - SMP/Sederajat
 - SMA/Sederajat
 - Diploma
 - S1/S2/S3
6. Alamat :
7. Pendapatan Per-bulan :
 - ≤ 1.000.000
 - Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
 - Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
 -

Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000

> Rp 4.000.000

B. Kriteria Responden

1. Apakah Anda pernah membeli obat bebas di apotek, toko obat, atau warung yang ada di Kecamatan Karangpucung?

Iya

Tidak

C. Kuesioner

Pilihlah salah satu jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat dan pengalaman Saudara/i dalam membeli produk obat bebas yang terdiri dari 5 jawaban dengan memberi tanda centang (√), antara lain :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-Ragu (R)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

1. Harga (X1)

Pertanyaan	Jawaban				
	STS (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)
Harga obat bebas terjangkau untuk saya					
Harga obat bebas bervariasi sesuai merek obat yang dipilih					
Harga yang ditawarkan obat bebas sesuai dengan kualitas produk					
Harga obat bebas mampu bersaing dengan obat jenis lainnya					
Harga obat bebas lebih murah dibandingkan harga obat jenis lainnya					
Harga yang ditawarkan obat bebas sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

2. Preferensi Label Halal (X2)

Pertanyaan	Jawaban				
	STS	TS	R	S	SS
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<p>Saya mengetahui di bawah ini adalah logo label halal resmi yang terbaru dari Majelis Ulama Indonesia</p> 					
Saya mengetahui label halal menjadi salah satu indikator kehalalan obat bebas					
Saya mengetahui label halal mempermudah mengidentifikasi status kehalalan obat bebas					
Saya merasa label halal membantu saya untuk lebih selektif dalam memilih obat bebas					
Saya percaya adanya label halal bertujuan memberikan perlindungan terhadap konsumen					
Saya percaya bahwa obat bebas yang berlabel halal akan memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen					
Saya percaya obat bebas yang berlabel halal mengandung bahan-bahan yang aman untuk dikonsumsi dan sudah teruji BPOM					
Saya lebih memilih produk obat bebas yang berlabel halal daripada produk yang tidak berlabel halal					
Saya merasa label halal menjadi penilaian saya dalam membeli produk obat bebas					

3. Pengetahuan Produk (X3)

Pertanyaan	Jawaban				
	STS	TS	R	S	SS
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Obat bebas adalah obat yang dapat dijual bebas di pasaran dan dapat dibeli tanpa resep dokter					

Tanda khusus pada kemasan dan etikat obat bebas adalah lingkaran hijau dengan garis tepi berwarna hitam					
Obat bebas mengandung bahan kimia yang berdampak bagi kesehatan tubuh					
Contoh dari obat bebas yaitu Parasetamol dan Vitamin					
Obat bebas digunakan untuk mengatasi penyakit yang memiliki gejala ringan					
Obat bebas digunakan untuk mengatasi penyakit yang memiliki gejala berat					
Mengonsumsi obat bebas secara berlebihan dapat berisiko tinggi					
Obat bebas adalah obat yang paling aman dikonsumsi untuk tindakan swamedikasi (pengobatan sendiri)					

4. Keputusan Pembelian (Y)

Pertanyaan	Jawaban				
	STS (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)
Saya memutuskan untuk membeli obat bebas karena dapat memenuhi kebutuhan saya					
Saya mengetahui produk obat bebas dari teman atau tetangga					
Saya mengetahui produk obat bebas dari media sosial					
Saya mengetahui produk obat bebas dari media elektronik					
Saya memutuskan untuk membeli obat bebas karena mudah didapatkan atau ditemukan baik di apotek, warung, maupun toko					
Saya merasa yakin membeli obat bebas adalah pilihan yang tepat dalam tindakan swamedikasi (pengobatan sendiri)					
Menurut saya kualitas produk obat bebas cukup baik					
Saya merekomendasikan produk obat bebas kepada orang lain					
Saya merasa puas dan akan membeli kembali produk obat bebas sesuai dengan kebutuhan					

Lampiran 2: Tabulasi Data

No.	Harga (X1)							Preferensi Label Halal (X2)									Pengetahuan Produk (X3)								Keputusan Pembelian (Y)												
	1	2	3	4	5	6	Tot.X1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tot.X2	1	2	3	4	5	6	7	8	Tot.X3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Tot.Y	
1	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38	5	3	3	4	4	1	4	4	37	4	2	4	4	5	4	3	3	3	32	
2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	1	3	3	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	5	4	4	25	5	4	4	5	5	4	3	4	5	39	4	3	3	4	4	2	3	2	35	4	4	2	4	4	4	4	3	3	32	
4	4	5	5	4	4	3	25	5	4	5	5	5	4	4	4	5	41	5	4	4	4	4	1	4	3	39	3	4	4	4	4	4	3	2	4	32	
5	4	4	4	4	2	4	22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	3	3	3	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
6	4	4	4	2	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	2	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
7	4	4	4	2	4	4	22	5	5	5	4	5	4	4	4	4	40	2	4	4	4	4	3	4	3	39	4	4	4	4	4	4	3	2	4	33	
8	4	4	4	5	4	3	24	5	4	5	5	5	3	5	5	5	42	5	3	3	4	5	3	3	3	38	4	2	4	4	4	4	3	2	3	30	
9	4	4	5	3	2	3	21	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	5	5	5	4	5	2	4	4	42	3	2	2	4	4	3	4	3	4	29	
10	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	4	4	4	4	2	5	5	45	2	4	2	2	4	5	3	2	2	26	
11	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	2	3	4	4	2	4	4	36	4	4	4	4	5	4	4	3	3	35	
12	5	4	3	3	4	3	22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	3	3	1	4	4	37	3	2	4	4	4	3	3	3	3	29	
13	4	2	3	3	4	4	20	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43	5	3	3	4	4	1	5	4	43	3	2	4	4	4	3	3	2	1	26	
14	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	5	3	5	5	5	1	5	5	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
15	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43	5	5	4	5	5	3	4	4	43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
16	4	5	2	1	5	2	19	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	4	3	5	4	4	1	3	2	32	1	4	2	2	4	3	3	3	3	25	
17	4	4	3	4	2	2	19	5	4	4	4	4	4	4	3	4	36	4	4	4	4	4	1	3	2	34	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32	
18	4	2	4	2	2	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	2	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
19	4	4	3	4	5	3	23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	3	3	4	4	1	4	4	37	3	4	2	2	4	3	3	3	3	27	
20	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	4	4	3	4	4	39	4	4	4	4	4	2	3	2	36	2	4	2	2	4	3	2	2	2	23	

21	5	3	4	3	4	3	22	4	4	4	4	4	3	4	4	35	4	3	4	4	5	4	3	3	33	3	4	4	2	5	4	4	4	4	34	
22	5	4	4	4	4	3	24	4	5	5	5	4	4	5	4	3	39	4	4	4	4	4	2	4	3	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
23	4	4	4	3	4	5	24	5	4	4	4	4	4	4	5	3	37	4	3	3	4	4	3	5	3	37	3	4	2	2	5	4	4	3	4	31
24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	2	4	4	36	4	4	4	2	4	4	4	3	4	33
25	4	3	3	4	4	5	23	4	5	5	4	4	4	5	5	4	40	4	3	4	5	4	1	5	4	40	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
26	5	4	4	4	5	4	26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	1	5	5	45	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
27	4	3	5	3	3	3	21	3	5	5	5	5	5	5	1	5	39	3	3	3	3	3	3	3	2	38	3	4	2	2	5	3	3	3	3	28
28	4	3	4	1	4	5	21	5	5	5	5	5	3	3	5	5	41	5	3	4	5	4	4	5	5	41	4	2	4	2	5	2	4	3	2	28
29	4	4	3	3	4	3	21	5	4	4	4	4	4	4	3	3	35	4	5	4	2	4	2	3	3	35	3	4	4	4	4	3	3	3	3	31
30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	1	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
31	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	5	5	4	4	1	4	36	4	4	4	4	4	3	3	2	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	5	4	5	3	5	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	2	5	5	45	4	4	2	2	5	4	3	5	5	34
33	5	5	3	4	4	5	26	5	5	5	3	5	5	4	3	3	38	5	3	5	5	5	2	3	3	38	4	4	2	2	5	4	5	5	5	36
34	4	4	2	2	2	3	17	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	5	4	4	4	4	3	35	2	2	4	2	4	4	4	2	2	26
35	4	5	5	2	2	3	21	5	4	4	4	4	4	4	4	3	36	5	3	4	3	4	1	4	3	36	2	4	2	2	4	2	3	2	2	23
36	4	5	1	5	3	4	22	5	5	4	4	4	4	4	5	4	39	5	4	3	4	5	4	5	4	39	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
37	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	4	4	4	4	4	1	5	5	42	4	4	4	4	4	3	4	3	4	34
38	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	4	5	5	45	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
39	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	2	42	5	5	5	5	5	3	3	2	40	4	4	2	2	5	5	5	2	5	34
40	4	4	4	4	4	5	25	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39	5	5	5	5	5	1	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	3	5	5	1	5	5	45	4	4	2	2	5	5	4	4	5	35
42	5	5	5	4	4	4	27	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	5	5	4	5	5	5	5	5	44	3	4	2	2	4	4	4	4	4	31
43	4	4	2	4	4	2	20	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	3	4	4	4	2	4	4	35	2	4	2	2	4	4	4	4	4	30
44	4	4	3	2	4	3	20	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38	5	3	4	3	4	1	4	4	38	4	2	4	4	4	3	3	2	2	28

45	4	5	1	5	1	1	17	5	4	5	1	5	5	5	5	5	40	4	3	4	3	4	1	3	3	36	3	2	5	2	5	2	3	2	1	25	
46	4	3	3	3	3	3	19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	4	5	5	5	1	5	5	45	3	4	2	2	5	2	3	2	4	27	
47	5	5	5	5	3	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	5	5	5	5	1	5	5	45	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	
48	4	5	5	3	3	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	3	5	5	5	2	5	5	45	4	4	4	4	5	5	3	5	5	39	
49	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	3	4	4	4	1	4	3	34	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	34
50	4	5	4	4	3	4	24	4	5	5	5	5	4	4	2	3	37	4	3	4	4	3	1	3	3	38	4	4	4	4	5	4	4	3	4	36	
51	4	2	5	4	3	4	22	5	4	4	4	4	5	5	5	4	40	4	3	3	5	5	1	5	4	40	4	2	4	2	4	3	3	2	3	27	
52	4	4	2	2	4	3	19	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41	5	4	3	4	3	1	4	4	41	2	4	4	4	4	4	2	3	3	2	28
53	4	5	4	3	2	5	23	5	5	5	5	4	3	4	3	4	38	4	4	5	4	3	2	3	2	36	2	2	4	4	5	4	4	5	4	34	
54	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	3	5	5	45	4	4	4	4	5	4	4	5	5	39	
55	4	3	3	4	4	2	20	4	5	4	5	4	3	4	5	5	39	4	3	3	4	3	3	5	5	39	2	4	4	3	4	3	3	3	4	30	
56	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	3	4	4	36	4	4	4	4	4	4	3	1	2	30	
57	4	4	4	3	1	4	20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	4	5	3	4	4	2	4	4	35	3	4	4	4	3	4	3	4	3	32	
58	5	5	5	5	5	3	28	5	3	4	5	4	3	4	4	3	35	5	3	3	3	3	3	4	3	35	2	2	4	4	4	4	1	3	3	1	24
59	4	4	4	3	5	3	23	4	5	4	5	4	4	4	5	5	40	5	3	3	4	4	2	5	5	40	4	4	2	2	4	3	3	3	4	29	
60	5	3	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	5	5	5	2	4	4	35	2	2	4	4	4	4	1	3	2	2	24
61	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	3	4	4	4	3	5	5	45	4	2	4	4	5	4	4	2	4	33	
62	4	4	2	4	2	4	20	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	3	4	4	3	34	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	
63	4	4	3	3	4	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	3	4	4	36	3	4	2	2	3	3	3	3	3	26	
64	4	4	3	4	5	3	23	5	5	4	4	4	3	4	5	5	39	5	3	3	5	5	1	5	3	37	4	4	4	4	5	5	3	4	5	38	
65	5	4	4	3	5	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	2	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
66	4	4	4	3	3	4	22	4	4	5	5	5	4	4	5	4	40	4	3	5	5	4	1	5	4	40	4	2	4	4	5	3	4	2	2	30	
67	5	4	4	2	2	2	19	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	3	4	4	4	1	4	2	33	2	4	2	2	4	4	3	2	3	26	
68	4	5	5	4	5	4	27	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	5	5	4	5	5	3	5	5	44	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38	

69	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	4	4	4	5	4	41	5	5	5	4	5	2	5	4	41	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
70	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	5	5	5	5	5	3	5	5	44	4	4	4	4	5	4	4	5	5	39
71	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	5	5	5	4	5	1	5	4	44	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
72	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	3	5	5	45	4	4	4	4	5	4	4	5	5	39
73	5	3	3	3	3	3	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	3	3	3	3	2	4	4	36	3	4	2	2	4	3	3	4	3	28
74	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	4	1	5	5	45	2	4	4	4	4	4	3	2	2	29
75	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34	4	4	5	3	4	1	3	2	32	4	4	2	2	4	3	4	4	2	29
76	4	4	2	2	4	3	19	5	5	5	5	4	3	4	4	4	39	4	4	4	4	4	1	4	4	39	4	2	2	4	4	4	3	2	2	27
77	5	4	4	4	4	4	25	4	5	5	4	5	5	5	4	4	41	4	4	5	5	4	1	4	4	41	4	2	4	4	4	4	4	2	3	31
78	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	5	4	5	5	5	40	4	3	4	3	4	3	5	5	40	5	5	5	5	3	3	3	2	3	34
79	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	2	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
80	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	1	5	5	45	4	4	4	4	5	4	4	5	5	39
81	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	2	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
82	4	4	3	3	4	3	21	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34	4	4	4	4	4	2	3	2	31	4	2	2	4	4	4	3	2	3	28
83	4	3	3	3	4	3	20	4	4	5	4	3	4	4	5	5	38	4	4	4	3	5	2	4	3	35	4	4	4	4	4	5	3	4	4	36
84	4	5	1	3	5	4	22	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41	4	5	5	4	4	1	4	4	41	2	4	4	4	4	4	1	2	3	28
85	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	3	3	3	4	4	4	36	3	4	2	2	3	3	3	3	3	26
86	4	4	4	4	4	3	23	5	5	5	5	5	5	5	3	5	43	4	3	4	3	3	3	3	2	40	2	2	4	2	4	3	3	2	2	24
87	5	4	5	5	1	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	5	5	1	5	5	45	4	4	2	2	5	4	4	5	5	35
88	4	3	3	3	4	4	21	4	5	5	4	4	3	3	5	3	36	4	4	5	4	4	2	4	3	35	4	3	3	4	4	4	3	3	3	31
89	4	3	4	4	3	4	22	4	5	5	5	5	4	3	4	4	39	4	4	3	4	4	1	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
90	4	4	3	4	5	2	22	5	5	5	4	5	5	5	5	4	43	4	3	5	4	4	1	5	4	43	3	4	2	2	4	3	3	3	3	27
91	4	5	5	4	4	5	27	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44	4	4	4	4	4	3	5	5	44	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
92	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	5	4	5	5	4	42	4	3	4	4	4	3	5	4	42	4	4	2	4	4	4	4	4	4	34

Lampiran 3: Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas X1

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.201*	.175*	.354**	.347**	.242**	.631**
	Sig. (1-tailed)		.023	.041	.000	.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.201*	1	.218*	.347**	.205*	.242**	.548**
	Sig. (1-tailed)	.023		.015	.000	.021	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.175*	.218*	1	.305**	.132	.526**	.638**
	Sig. (1-tailed)	.041	.015		.001	.095	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.354**	.347**	.305**	1	.191*	.283**	.662**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.001		.028	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.347**	.205*	.132	.191*	1	.232**	.582**
	Sig. (1-tailed)	.000	.021	.095	.028		.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.242**	.242**	.526**	.283**	.232**	1	.676**
	Sig. (1-tailed)	.008	.008	.000	.002	.010		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total.X1	Pearson Correlation	.631**	.548**	.638**	.662**	.582**	.676**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

2. Hasil Uji Validitas X2

		Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.372**	.441**	.274**	.371**	.300**	.280**	.352**	.205*	.581**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.003	.000	.001	.002	.000	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.372**	1	.716**	.510**	.519**	.406**	.432**	.309**	.348**	.744**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.441**	.716**	1	.490**	.636**	.461**	.437**	.163	.328**	.740**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.053	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.274**	.510**	.490**	1	.482**	.170	.268**	.147	.318**	.595**
	Sig. (1-tailed)	.003	.000	.000		.000	.045	.004	.072	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.371**	.519**	.636**	.482**	1	.545**	.534**	.200	.422**	.760**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.023	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.300**	.406**	.461**	.170	.545**	1	.561**	.181	.313**	.652**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000	.000	.045	.000		.000	.036	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.280**	.432**	.437**	.268**	.534**	.561**	1	.394**	.409**	.730**
	Sig. (1-tailed)	.002	.000	.000	.004	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.352**	.309**	.163	.147	.200	.181	.394**	1	.377**	.569**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.053	.072	.023	.036	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.205*	.348**	.328**	.318**	.422**	.313**	.409**	.377**	1	.639**
	Sig. (1-tailed)	.020	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total.X2	Pearson Correlation	.581**	.744**	.740**	.595**	.760**	.652**	.730**	.569**	.639**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

3. Hasil Uji Validitas X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.188	.092	.303**	.399**	-.035	.252**	.159	.441**
	Sig. (1-tailed)		.031	.181	.001	.000	.363	.006	.057	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.188	1	.520**	.373**	.430**	.038	.274**	.276**	.667**
	Sig. (1-tailed)	.031		.000	.000	.000	.355	.003	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.092	.520**	1	.426**	.380**	-.108	.398**	.128	.576**
	Sig. (1-tailed)	.181	.000		.000	.000	.142	.000	.103	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.303**	.373**	.426**	1	.632**	-.073	.341**	.274**	.663**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000	.000		.000	.237	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.399**	.430**	.380**	.632**	1	-.031	.453**	.251**	.702**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.379	.000	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	-.035	.038	-.108	-.073	-.031	1	.091	.182	.326**
	Sig. (1-tailed)	.363	.355	.142	.237	.379		.185	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.252**	.274**	.398**	.341**	.453**	.091	1	.057	.563**
	Sig. (1-tailed)	.006	.003	.000	.000	.000	.185		.288	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.159	.276**	.128	.274**	.251**	.182	.057	1	.614**
	Sig. (1-tailed)	.057	.003	.103	.003	.006	.035	.288		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total.X3	Pearson Correlation	.441**	.667**	.576**	.663**	.702**	.326**	.563**	.614**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

4. Hasil Uji Validitas Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total.Y
Y1	Pearson Correlation	1	.095	.225	.420**	.183	.402**	.464**	.323**	.504**	.686**
	Sig. (1-tailed)		.172	.012	.000	.034	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.095	1	-.123	-.093	-.070	.336**	.146	.385**	.424**	.415**
	Sig. (1-tailed)	.172		.112	.180	.243	.000	.074	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.225	-.123	1	.549**	.064	.060	.110	-.002	-.026	.375**
	Sig. (1-tailed)	.012	.112		.000	.263	.277	.138	.493	.398	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.420**	-.093	.549**	1	-.074	.174	.110	.147	.179	.503**
	Sig. (1-tailed)	.000	.180	.000		.231	.042	.139	.073	.037	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.183	-.070	.064	-.074	1	.290**	.349**	.285**	.351**	.385**
	Sig. (1-tailed)	.034	.243	.263	.231		.002	.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.402**	.336**	.060	.174	.290**	1	.398**	.350**	.584**	.671**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.277	.042	.002		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.464**	.146	.110	.110	.349**	.398**	1	.497**	.541**	.652**
	Sig. (1-tailed)	.000	.074	.138	.139	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.323**	.385**	-.002	.147	.285**	.350**	.497**	1	.678**	.717**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000	.493	.073	.002	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.504**	.424**	-.026	.179	.351**	.584**	.541**	.678**	1	.813**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.398	.037	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total.Y	Pearson Correlation	.686**	.415**	.375**	.503**	.385**	.671**	.652**	.717**	.813**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

5. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.887	32

6. Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.683	6

7. Hasil Uji Reliabilitas X2

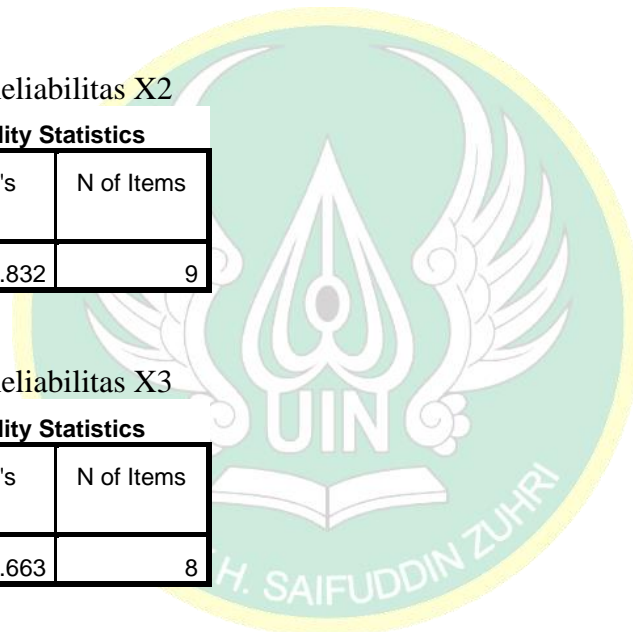
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.832	9

8. Hasil Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.663	8

9. Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	9



Lampiran 4: Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.45377913
	Absolute	.079
Most Extreme Differences	Positive	.037
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.792
Asymp. Sig. (2-tailed)		.557

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.502	3.969		2.898	.005		
	Harga (X1)	.478	.135	.364	3.544	.001	.580	1.724
	Preferensi.Label.Halal (X2)	-.217	.126	-.175	-1.718	.089	.588	1.701
	Pengetahuan.Produk (X3)	.595	.133	.467	4.489	.000	.564	1.774

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian (Y)

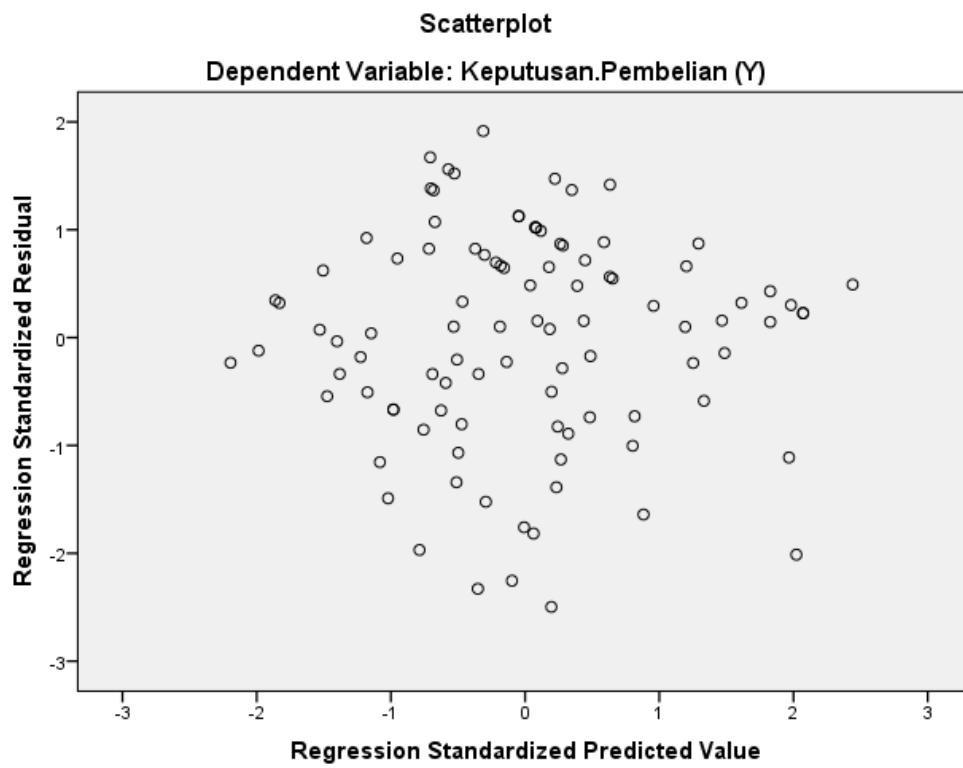
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.174	2.271		2.718	.008		
	Harga (X1)	.113	.077	.192	1.463	.147	.580	1.724
	Preferensi.Label.Halal (X2)	-.105	.072	-.189	-1.447	.151	.588	1.701
	Pengetahuan.Produk (X3)	-.062	.076	-.108	-.811	.419	.564	1.774

a. Dependent Variable: ABRESID

4. Hasil Uji Linieritas



Lampiran 5: Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis

5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.502	3.969		2.898	.005		
	Harga (X1)	.478	.135	.364	3.544	.001	.580	1.724
	Preferensi.Label.Halal (X2)	-.217	.126	-.175	-1.718	.089	.588	1.701
	Pengetahuan.Produk (X3)	.595	.133	.467	4.489	.000	.564	1.774

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian (Y)

6. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.502	3.969		2.898	.005		
	Harga (X1)	.478	.135	.364	3.544	.001	.580	1.724
	Preferensi.Label.Halal (X2)	-.217	.126	-.175	-1.718	.089	.588	1.701
	Pengetahuan.Produk (X3)	.595	.133	.467	4.489	.000	.564	1.774

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian (Y)

7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	834.460	3	278.153	22.612	.000 ^b
	Residual	1180.930	96	12.301		
	Total	2015.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan.Produk (X3), Preferensi.Label.Halal (X2), Harga (X1)

8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

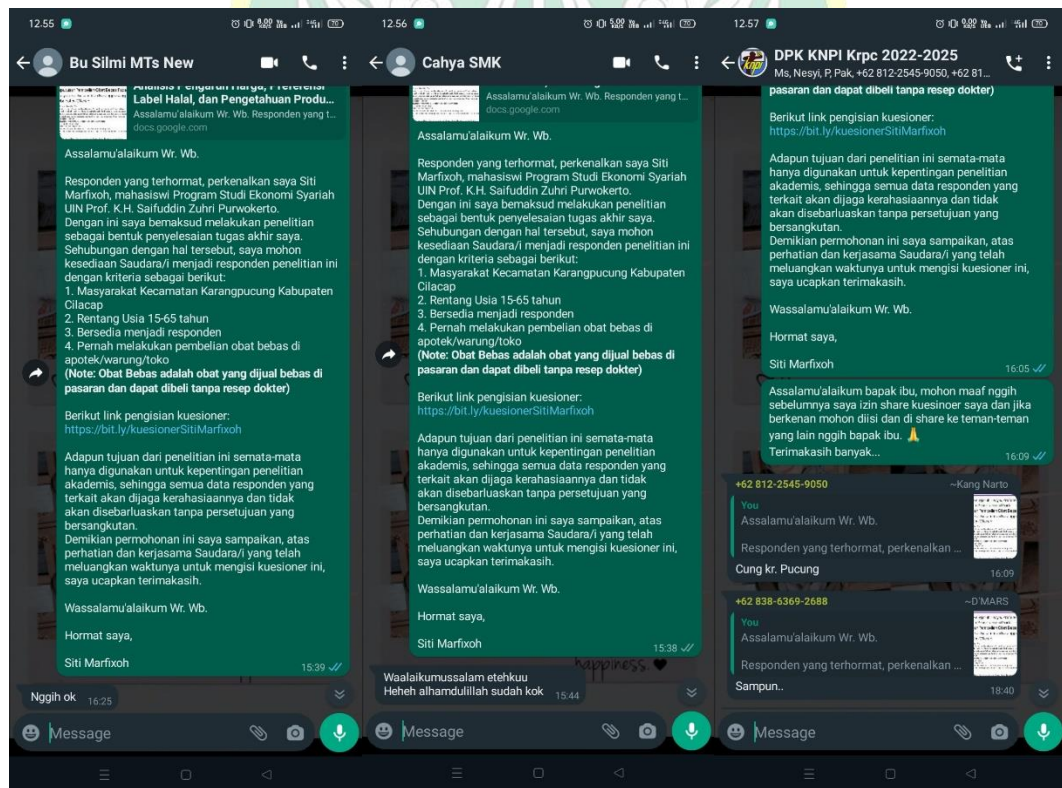
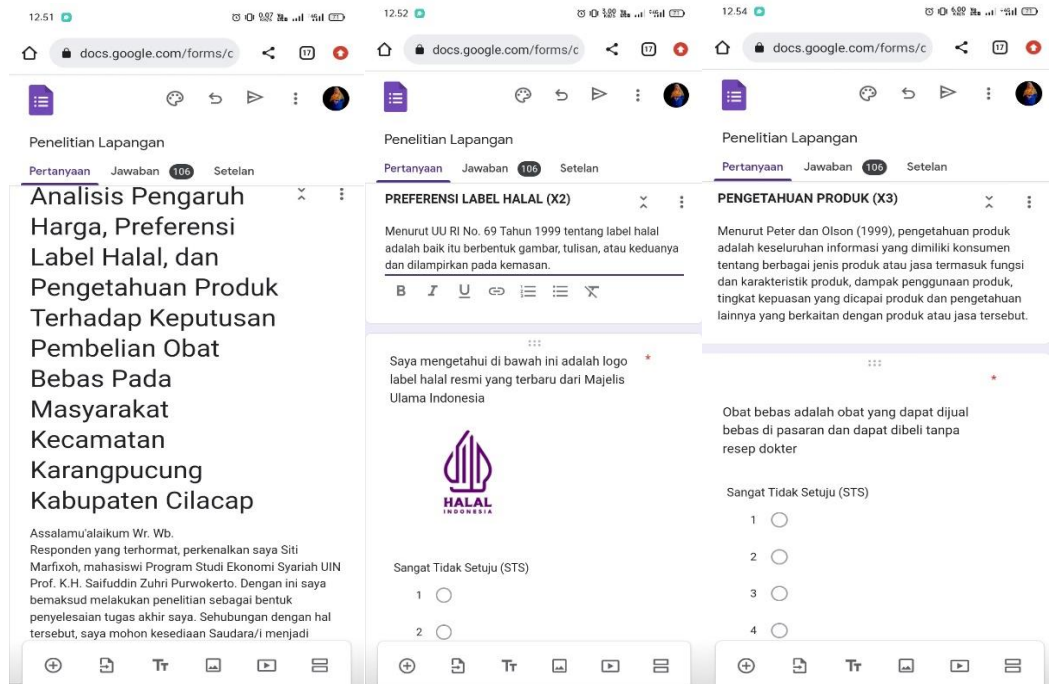
Model Summary^b

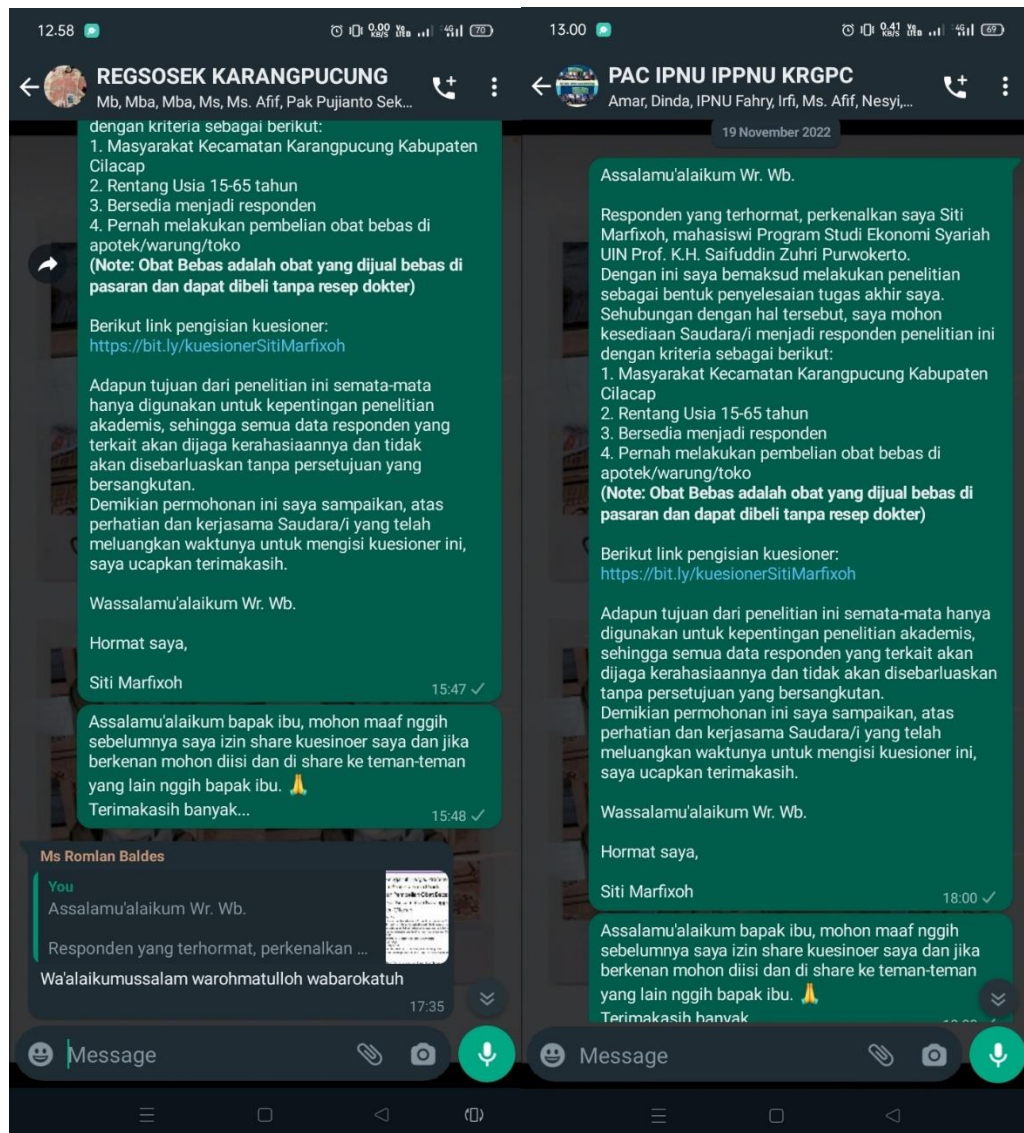
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	.414	.396	3.50733

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan.Produk (X3), Preferensi.Label.Halal (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian (Y)

Lampiran 6: Bukti Penyebaran Kuesioner





Lampiran 7: Dokumentasi Wawancara





Lampiran 8: Surat Izin Riset Individual



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 114/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/1/2023
 Lamp. : -
 Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Purwokerto, 16 Januari 2023

Kepada Yth.
 Kepala Kecamatan Karangpucung
 Kabupaten Cilacap
 Di
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Siti Marfixoh
2. NIM : 1817201039
3. Semester / Program Studi : IX / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2021 / 2022
5. Alamat : Dusun Ciraja RT 001 RW 013 Desa Ciporos Kec. Karangpucung Kab. Cilacap
6. Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Pengaruh Harga, Preferensi Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Bebas Pada Masyarakat
2. Tempat/ Lokasi : Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap
3. Waktu Penelitian : 15 November 2022 s/d selesai
4. Metode Penelitian : Kuesioner dan Wawancara

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Koordinator Studi Ekonomi Syariah

 Dewi Cahya Hilyatin, S.E., M. Si.
 NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan Yth.
 1. Wakil Dekan I
 2. Kasubbag Akademik
 3. Arsip

Lampiran 9: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN CILACAP
KECAMATAN KARANGPUCUNG
 Jalan Al – Lukman No. 01 Telp. (0280) 6261759
KARANGPUCUNG



Kode Pos 53255

SURAT KETERANGANTELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 423.4/ 31 /53

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya Camat Karangpucung Kabupaten Cilacap menerangkan bahwa :

N a m a : SITI MARFOXOH

N I M : 1817201039

Fakultas/Program studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Universitas : UIN Prof.K.H.Saifudin Zuhri Purwokerto

Alamat : Dusun Ciraja Rt 001/ 013, Desa Ciporos, Kec. Karangpucung-Cilacap

Telah selesai melakukan penelitian di Kecamatan Karangpucung Kabupaten Cilacap selama 2 (dua) Bulan terhitung mulai tanggal 15 Nopember 2022 s/d 12 Januari 2023 dengan judul :

“ PENGARUH HARGA, PREFERENSI LABEL HALAL, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT BEBAS PADA MASYARAKAT KECAMATAN KARANGPUCUNG-KABUPATEN CILACAP “

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Karangpucung, 19 Januari 2023

PEMERINTAH KABUPATEN KARANGPUCUNG
 CAMAT KARANGPUCUNG
ASEP KUNCORO, S.STP.MM
 Pembina Tk. I
 NIP 19780728 199612 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Siti Marfixoh
2. NIM : 1817201039
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 29 September 2000
4. Alamat Rumah : Dusun Ciraja RT.001 RW.013 Desa Ciporos
Kecamatan Karangpucung Kabupaten
Cilacap Provinsi Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Darmanto
Nama Ibu : Duriyah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. RA Al-Hikmah Ciporos (2005-2006)
 - b. SD N CIPOROS 04 (2006-2012)
 - c. MTs Nurul Huda Karangpucung (2012-2015)
 - d. SMK Darussalam Karangpucung (2015-2018)
 - e. S1 Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2018-sekarang)

C. Pengalaman Organisasi

1. Staf Senat Mahasiswa (SEMA) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2019/2020)
2. Komunitas FEBI Arabic Club (FAC) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai Wakil Ketua (2019/2020)
3. Komunitas FEBI Arabic Club (FAC) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai Koordinator Divisi Keanggotaan (2020/2021)
4. Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (SEMA FEBI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai Wakil Ketua (2020/2021)

5. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai Koordinator Biro Advokai dan Komunikasi (2020/2021)
6. Komunitas Sedekah Ngider Purwokerto (SNP) sebagai Bendahara (2020-sekarang)
7. Komunitas Senyum Anak Nusantara (SAN) Chapter Purwokerto sebagai Sekretaris 2 (2020/2021)
8. Staf Departemen Media Informasi dan Komunikasi GENBI Purwokerto (2020/2021)
9. Unit Kegiatan Mahasiswa Pengembangan Ilmu Al-Qur'an dan Seni Islam (UKM PIQSI) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai Pengurus Divisi Musabaqah Tilawatil Qur'an (2021/2022)

Purwokerto, 6 Januari 2023



Siti Marfixoh