

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI
(STUDI KASUS DI AROMA *CAKE AND BAKERY*
PANYABUNGAN)**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah*

Oleh :

Ahmad Ananda Nasution
NIM.20080002

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2025**


**PENGARUH LABEL HALAL DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
STUDI KASUS AROMA CAKE AND BAKERY PANYABUNGAN**



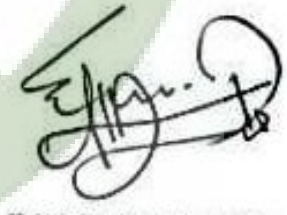
*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (S.E.) Pada Program Studi Ekonomi Syariah*

Oleh :
Ahmad Ananda Nasution
NIM.20080002

PEMBIMBING I


Paizal Rahmat, M.E.
NIP. 199210022020121006

PEMBIMBING II


Edi Marjan Nasution, M.E.
NIP. 198408072019031004

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2025**


LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "*Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Aroma Cake And Bakery Panyabungan*" a.n Ahmad Ananda Nasution, NIM. 20080002, Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 22 Agustus 2025. Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

| No | Nama/NIP Penguji | Jabatan Dalam Tim | Tanda Tangan | Tanggal Persetujuan |
|----|---|---------------------------------|--|---------------------|
| 1 | Paisal Rahmat, M.E NIP.199210022020121006 | Ketua Sidang/Penguji I |  | 25/9-2025 |
| 2 | Nurintan Siregar, M.E NIP.198610212019032008 | Sekretaris Sidang/Penguji II |  | 26/9-2025 |
| 3 | Paisal Rahmat, M.E NIP.199210022020121006 | Penguji III |  | 03/10-2025 |
| 4 | Edi Marjan Nasution, M.E NIP. 198408072019031004 | Penguji IV |  | 30/09/2025 |

Mandailing Natal, September 2025
Mengetahui
Ketua STAIN Mandailing Natal




Prof. Dr. I. Sumpter Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 197203132003121002

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Ananda Nasution
Nim : 20080002
Prodi : Ekonomi Syariah
Tempat/Tgl Lahir : Tangga Bosi/ 10 Juli 2000
Alamat : Hutabaringin

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul *“Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Aroma Cake And Bakery Panyabungan”* adalah benar hasil karya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang di ambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, September, 2025



Ahmad Ananda Nasutio
NIM. 20080002

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Ahmad Ananda Nasution NIM. 20080002 dengan judul "*Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Aroma Cake And Bakery Panyabungan*" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke sidang munaqasyah.

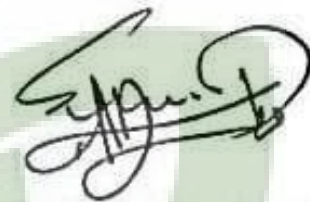
Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pembimbing I



Raisal Rahmat, M.E
Nip. 199210022020121006

Pembimbing II



Edi Marjan Nasution, M.E
Nip. 198408072019031004

STAIN MADINA

MOTTO

“Ini Bukan Hanya Tentang Nilai, Ini Tentang Pembuktian Diri Tentang Kemampuan Untuk Menyelesaikan Apa Yang Sudah Dimulai.”
“Skripsi Ini Bukan Akhir Dari Sebuah Perjalanan Melainkan Awal Dari Petualang Baru”.



ABSTRAK

Ahmad Ananda Nasution (20080002). Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus di *Aroma cake and bakery Panyabungan*) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian studi kasus *aroma bakery and cake*. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Panyabungan yang berjumlah 94.013 jiwa dengan jumlah Populasi dan sampel sebanyak 100 responden dengan metode sensus. Teknik analisis data dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, homogenitas, analisis regresi linier sederhana, uji korelasi, uji parsial (t), dan uji koefisien determinasi. Alat pengolahan data dalam penelitian menggunakan Software SPSS 25. Teknik analisis data yang digunakan dapat menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan tepat. Maka hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa hasil uji parsial (t) pada variabel pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dengan nilai $\text{sig} (0,000) < \alpha (0,05)$, maka H_a diterima dan H_0 , artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji parsial dari pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dapat dilihat nilai $\text{sig} (0,000) < \alpha (0,05)$, maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel pengaruh citra merek terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata kunci: Labelisasi halal, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ahmad Ananda Nasution (20080002). *The Influence of Halal Labeling and Brand Image on Buyer Decisions (Case Study in Aroma cake and bakery Panyabungan)*. This study aims to determine the influence of halal labeling and brand image on purchasing decisions of aroma bakery and cake case studies. This study was conducted in Panyabungan District, Mandailing Natal Regency. This research is a quantitative study. The population in this study is the Panyabungan community totaling 94,013 people with a population and sample of 100 respondents with the census method. Data analysis techniques using validity, reliability, normality, homogeneity tests, simple linear regression analysis, correlation tests, partial tests (t), and coefficient of determination tests. Data processing tools in the study used SPSS 25 software. The data analysis technique used can determine the measurement scale of each variable, so that hypothesis testing can be carried out appropriately. Then the results of the research data analysis show that the results of the partial test (t) on the variable of the influence of halal labeling on purchasing decisions can be seen with a sig value $(0.000) < \alpha (0.05)$, then H_a is accepted and H_0 , meaning there is a partial significant influence of the variable of the influence of halal labeling on purchasing decisions. From the results of the partial test of the influence of brand image on purchasing decisions, it can be seen that the sig value $(0.000) < \alpha (0.05)$, then H_{a2} is accepted and H_{02} is rejected, meaning there is a partial significant influence of the variable of the influence of brand image on purchasing decisions.

Keywords: Halal labeling, Brand image, Purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa atas segala limpah rahmat dan kasih sayang-nya kepada kita semua, serta tak lupa pula sholawat besertakan salam kita curahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang mana beliau lah membawa kita dari zaman kebodohan kepada zaman yang penuh penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang kita rasakan saat ini. Hingga dari pada itu penulis bisa melakukan penelitian dan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus di Aroma *cake and bakery* Panyabungan)”** Dalam penulisan skripsi ini disadari begitu banyak pertolongan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Sebab tanpa adanya pertolongan tersebut tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat sesuai dengan waktunya. Oleh karena itu, penulis pun menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal.
2. Bapak Faisal Affandi, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Sekaligus Penguji 1.
3. Bapak Paisal Rahmat, M.E selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah dan selaku Pembimbing I.
4. Bapak Edi Marjan, M.E sebagai Dosen Pembimbing II, peneliti ucapkan banyak terimakasih, yang telah sangat sabar dan menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, masukan serta bimbingan yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Alm Zainul Arifin Nasution , Ibunda Hari Sani dan seluruh keluarga, yang telah membimbing, memotivasi, mendukung baik moril dan material bagi peneliti dan selalu menjadi support system terbaik bagi peneliti.
6. Serta seluruh Akademika STAIN Mandailing Natal yang telah banyak membantu peneliti dalam memenuhi kelengkapan skripsi ini. Khususnya kepada

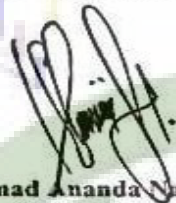
Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

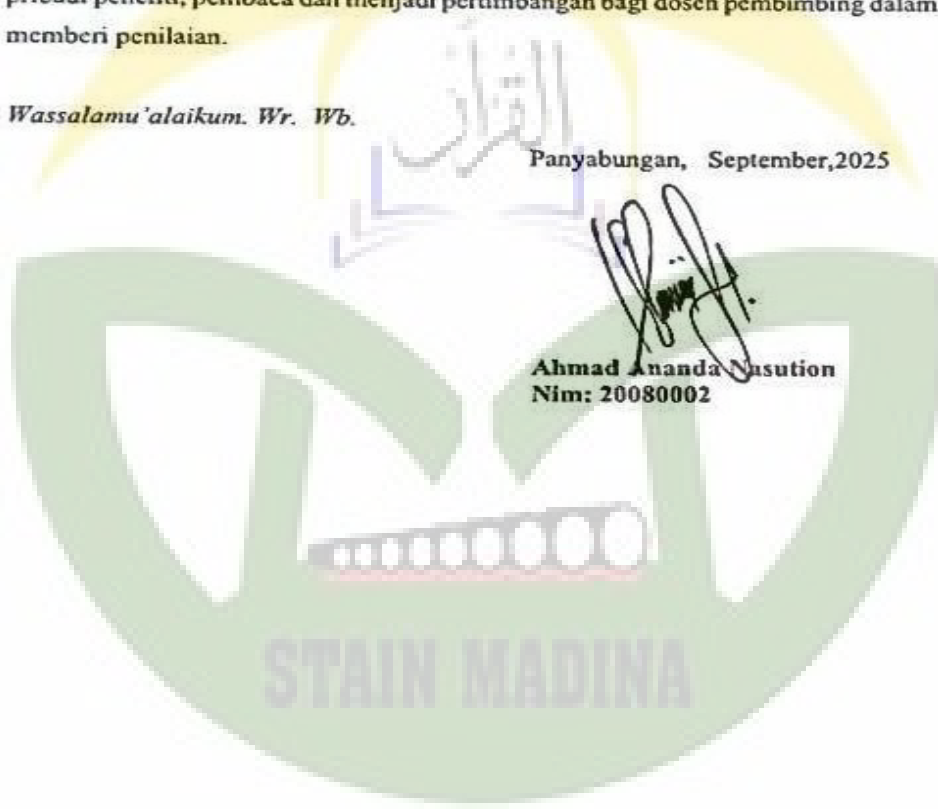
Kekurangan masih jauh dari kesempurnaan, maka dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini, serta pembuatan skripsi selanjutnya. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pribadi peneliti, pembaca dan menjadi pertimbangan bagi dosen pembimbing dalam memberi penilaian.

Wassalamu 'alaikum. Wr. Wb.

Panyabungan, September, 2025



Ahmad Ananda Nasution
Nim: 20080002



STAIN MADINA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI.....ii

DAFTAR TABEL.....iv

DAFTAR GAMBAR.....v

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah..... 7

C. Batasan Masalah 7

D. Rumusan Masalah..... 7

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian 8

1. Tujuan Penelitian..... 8

2. Manfaat Penelitian..... 8

BAB II PEMBAHASAN

A. Landasan Teori..... 9

1. Labelisasi Halal..... 9

a. Pengertian Label..... 9

b. Pengertian Halal 11

c. Kriteria Halal Menurut Islam 13

d. Indikator Label Halal..... 15

e. Prosedur dan Mekanisme Penetapan Fatwa Halal..... 16

2. Citra Merek 18

a. Pengertian Citra Merek..... 18

b. Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek..... 21

c. Indikator Citra Merek..... 22

3. Keputusan Pembelian..... 23

a. Pengertian Keputusan Pembelian 23

b. Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen 25

c. Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian 32

d. Proses Keputusan Pembelian..... 34

| | |
|---|----|
| e. Indikator Keputusan Pembelian..... | 36 |
| B. Hasil Penelitian Yang Relevan..... | 36 |
| C. Kerangka Berpikir..... | 39 |
| D. Hipotesis | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian..... | 41 |
| B. Lokasi Dan Waktu Penelitian..... | 41 |
| C. Populasi Dan Sampel | 41 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 43 |
| E. Defenisi Operasional Variabel..... | 44 |
| F. Sumber Data Penelitian | 46 |
| G. Tekhnik Analisis Data..... | 46 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Hasil Penelitian | 53 |
| 1. Temuan Umum | 53 |
| 2. Temuan Khusus..... | 53 |
| 3. Karakteristik Responden | 55 |
| 4. Data Deskriptif Variabel | 58 |
| 5. Hasil Analisis Data..... | 62 |
| B. Pembahasan..... | 74 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 78 |
| B. Saran | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| TABEL 3.1 Skala Likert..... | 43 |
| TABEL 3.2 Defenisi Operasional Variabel..... | 44 |
| Tabel 4.1 Batas-batas Wilayah Kecamatan Panyabungan | 53 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 55 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia..... | 55 |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan | 56 |
| Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan | 57 |
| Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pengalaman membeli aroma cake and bakery Panyabungan | 58 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Lebel Halal | 59 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek..... | 60 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian | 61 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Label Halal (X1) | 62 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2) | 63 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) | 64 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas..... | 65 |
| Tabel 4.14 Uji Normalitas..... | 66 |
| Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas | 67 |
| Tabel 4.16 Uji Heteroskedatisitas | 68 |
| Tabel 4.17 Uji Regresi Linear Berganda..... | 69 |
| Tabel 4.18 Uji Parsial (Uji t)..... | 71 |
| Tabel 4.19 Uji Simultan (Uji F)..... | 72 |
| Tabel 4.20 Uji Koefisian Determinasi (R ²)..... | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|----------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Data Penjualan..... | 3 |
| Gambar 2.1 Logo Halal..... | 13 |
| Gambar 2.2 Krangka Berpikir..... | 39 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Resaponden
- Lampiran 3 Hasil Olah Data
- Lampiran 4 T Tabel
- Lampiran 5 F Tabel
- Lampiran 6 Dokumentasi



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Roti merupakan salah satu makanan pokok yang populer di dunia termasuk Indonesia. Masyarakat Indonesia biasanya mengonsumsi roti untuk dijadikan sarapan karena dinilai praktis dan juga mengenyangkan. Selain untuk sarapan masyarakat Indonesia sering menjadikan roti sebagai salah satu oleh-oleh yang banyak diminati masyarakat.

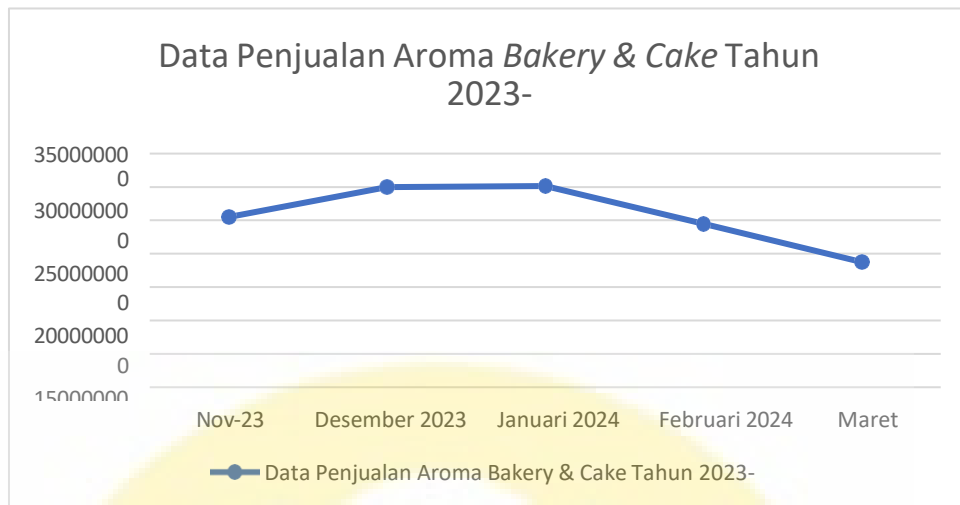
Seiring meningkatnya minat masyarakat dalam mengonsumsi roti memicu minat beberapa masyarakat dalam mengembangkan usahanya dalam membuka usaha toko roti. *Aroma Bakery dan Cake* adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang usaha dagang kuliner *bakery dan cake*. *Aroma Bakery dan Cake* memproduksi berbagai jenis-jenis roti. *Aroma Bakery dan Cake* memiliki toko-toko sendiri yang menjual hasil produksi perusahaan. Namun, *Aroma Bakery dan Cake* juga memproduksi roti-roti yang dipesan oleh toko roti sebagai penjual roti eceran.

Perusahaan ini didirikan pada tanggal 13 maret 2013. Sampai saat ini toko *Aroma Bakery dan Cake* sudah memiliki sebanyak 41 toko yang tersebar di Aceh, Sumatera Utara, dan provinsi luar Sumatera Utara, seperti Banda Aceh dan Pekanbaru. d. Menurut H. Suhardi, S.E selaku pemilik perusahaan *Aroma Bakery dan Cake* memiliki keinginan membuka usaha ini awalnya karena memperhatikan semakin pesatnya perkembangan bisnis dalam dunia *bakery*, sehingga beliau mencoba untuk berusaha dibidang ini. *Aroma Bakery dan Cake* menyediakan beragam oleh-oleh khas Medan yang menjual berbagai jenis *cake*, kue basah, bolu, roti bungkus, jajanan pasar, *tart*, *black forest*, *red velvet*, dan lainnya.

Salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi toko roti dalam persaingan bisnis adalah dengan selalu menjaga kepercayaan masyarakat terhadap produk roti yang di hasilkan termasuk meyakinkan masyarakat akan komposisi dari roti tersebut terbuat dari bahan yang aman dan halal untuk di konsumsi.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Mengetahui keputusan pembelian dipengaruhi oleh pelabelan kemasan, para pelaku usaha dapat melakukan evaluasi pemasaran untuk meningkatkan daya saing dan mencapai keunggulan kompetitif. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli (Yulindo 2013). Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

Keputusan pembelian konsumen menjadi faktor yang penting sebagai penentu akan eksistensi suatu perusahaan. Suatu perusahaan akan terus eksis jika produk yang dipasarkan mendapatkan respon yang positif. Respon positif dapat dilihat dari konsumen yang memutuskan membeli produk tersebut. Keputusan pembelian konsumen Aroma Bakeray & Cake Panyabungan dapat dilihat dari data penjualan berikut ini:



Sumber: Aroma Bakery & Cake Panyabungan, 2024

Gambar 1.1 Data Penjualan

Berdasarkan grafik diatas dapat kita lihat bahwa penjualan Aroma Bakery & Cake Panyabungan mengalami fluktuasi pada setiap bulannya. Ini dapat dilihat dari penjualannya kenaikan dan penurunan. Adapun kenaikan tidak lebih besar dari penurunan penjualan, dengan kata lain penurunan penjualan lebih besar dari kenaikan penjualan. Ini dapat kita lihat pada bulan November penjualan sebesar Rp. 255.000.000 mengalami kenaikan 10% pada bulan desember menjadi sebesar Rp. 300.000.000 dan terjadi penurunan pada bulan Februari menjadi Rp. 244.952.550 dengan persentase penurunan sebesar 17% dan turun kembali bulan maret 2024 menjadi 187.578.400 dengan persentase penurunan sebesar 21%. Dari data penjualan ini dapat dilihat bahwa penurunan penjualan lebih besar dari pada kenaikannya.

Keputusan pembelian penting untuk diperhatikan, agar pelaku usaha dapat menciptakan strategi pemasaran untuk menarik minat beli konsumen. Saat membeli suatu produk, konsumen memiliki banyak alasan mengapa mereka membeli produk tersebut seperti karena kualitas kehalalannya, citra merek, dan manfaat dari produk sehingga mereka merasa puas membeli produk tersebut. Tetapi ada juga konsumen yang melakukan

pembelian dengan alasan kebutuhan akan suatu produk (Kotler, 2002).

Kehadiran label halal pada produk makanan di Indonesia akan meningkatkan kesadaran dan penerimaan produk ini di kalangan konsumen muslim (Prastya & Suryadi, 2020). Bagi konsumen Muslim, aspek penting dari pangan yang aman bukan hanya tidak adanya kontaminasi fisik, kimia, dan mikroba, tetapi juga perlindungan dari bahaya produk haram (Muhammad Azis Taufiqurrohman & Dian Citaningtyas Aris Kadi, 2023).

Mandailing natal adalah pemeluk islam terbanyak di Provinsi Sumatera Utara. Mayoritas penduduk kabupaten Mandailing Natal memeluk agama Islam, dan sebagian kecil beragama Kristen. Suku asli di kabupaten Mandailing Natal yakni suku Mandailing, umumnya memeluk agama Islam dan sebagian memeluk Protestan dan Katolik.

Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri tahun 2023 mencatat bahwa pemeluk agama Islam sebanyak 95,94%, dan hampir merata disemua Kabupaten (www.dukcapil.kemendagri.go.id). Dimana hal ini dibuktikan dengan banyaknya majelis ta'lim dan pesantren di Daerah Mandailing Natal, bahkan salah satu pesantren tertua di Sumatera Utara berada di Mandailing Natal tepatnya di Desa Purba Baru.(p3m.or.id) Dimana hal ini menjadi salah satu faktor pendorong bagi masyarakat dalam menentukan keputusan beli terhadap produk makanan dan minuman yang terjamin kualitas kehalalannya.

Sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ التُّعْمَانِيِّ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ ((: لَنْ
الْحَلَالَ بَيْنَ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيْنَ، وَيَبْنِيهِمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ، لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ
لِدِينِهِ وَعِزِّهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ)). رواه البخاري ومسلم، وهذا لفظ مسلم

Artinya : Dari Abu ‘Abdillah Nu’man bin Basyir Radhiyallahu anhuma berkata: Aku mendengar Rasulullah Saw bersabda: “Sesungguhnya yang halal itu telah jelas dan yang haram pun telah jelas pula. Sedangkan di antaranya ada perkara syubhat (samar-samar) yang kebanyakan manusia tidak mengetahui (hukum)-Nya. Barangsiapa yang menghindari perkara syubhat (samar-samar), maka ia telah membersihkan agama dan kehormatannya. Barangsiapa yang jatuh ke dalam perkara yang samar-samar, maka ia telah jatuh ke dalam perkara yang haram. (Diriwayatkan oleh al Bukhari dan Muslim).

Hadis diatas menegaskan pentingnya untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik, serta untuk menjauhi segala yang diperintahkan oleh setan. Bagi konsumen, perilaku yang baik tidak hanya memperhatikan kualitas produk, tetapi juga apakah aman untuk dikonsumsi. Dalam hal ini, produk dapat dianggap baik, yang berarti produk tersebut memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk adalah salah satu alat yang paling penting bagi pemasaran untuk menentukan posisi mereka.

Selain masalah kebutuhan akan jaminan halal dan masalah kesehatan, juga terdapat *brand image* atau Citra merek yang merupakan ide, keyakinan, nilai-nilai, kepentingan dan fitur yang membuatnya menjadi unik. Sebuah citra merek harus mewakili semua karakter internal maupun eksternal yang mampu mempengaruhi pelanggan sesuai dengan target sebuah produk. Didalam merek terkandung janji perusahaan kepada konsumen untuk memberikan manfaat, dan layanan tertentu. Merek sangat bernilai karena mampu mempengaruhi pilihan konsumen. Sebuah merek yang baik dapat memberikan adanya superioritas terhadap konsumen yang mengarah pada sikap konsumen yang menguntungkan dan membawa kinerja penjualan yang lebih baik bagi perusahaan (Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2001).

Sekarang ini konsumen lebih perhatian terhadap citra merek dan label halal terutama masyarakat Panyabungan karena isu yang sempat beredar mengenai roti Aroka dimana terindikasi mengandung pengawet yang biasa digunakan untuk pengawet kosmetik agar roti tersebut lebih tahan lama (Detik dan Tempo, 2024). Hal tersebut membuat masyarakat resah terhadap produk roti lainnya dan semakin berhati-hati dalam menentukan keputusan beli terhadap produk roti yang akan di konsumsi. Selain itu, konsumen juga punya tingkat religiusitas yang tinggi. Misalnya, pada produk makanan terutama roti karna di khawatirkan mengandung komposisi yang tidak halal untuk di konsumsi. Adanya ketakutan masyarakat terhadap komposisi yang terkandung dalam roti karena ada beberapa roti yang menggunakan bahan seperti ekstrak vanilla yang digunakan oleh *bakery* untuk menambah aroma dan rasa *cake*, *puding*, hingga *brownies*. Ekstrak vanilla ada yang mengandung alkohol bahkan sampai 35% biasanya wujudnya cair serta juga bahan lain seperti gelatin yang berfungsi mengentalkan adonan hingga dijadikan topping *glazing cake*. Gelatin umumnya terbuat dari tulang babi, meski kini ada yang terbuat dari tulang sapi (Food.detik.com)

Berdasarkan latar belakang tersebutlah penulis berkeinginan melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Aroma *Bakery and Cake* Panyabungan)”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari hal-hal yang melatar belakanginya penelitian ini perlu kiranya menentukan permasalahan penelitian untuk memperjelas maksud dan tujuan penelitian ini. Sebelum memfokuskan masalah, ada baiknya di identifikasi masalah-masalah yang ada dalam bentuk

pernyataan-pernyataan. Pernyataan itu harus menyarankan tidak hanya bidang yang perlu di pelajari, tetapi juga metode- metode yang akan digunakan. Adapun permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Masyarakat Mandailing Natal sangat terpengaruh terhadap isu yang beredar mengenai roti yang menyebabkan penurunan penjualan roti di kalangan masyarakat terutama konsumen *Aroma Bakery and cake*
2. Masyarakat Mandailing Natal mayoritas beragama islam yang menyebabkan mereka sangat berhati-hati dalam membeli produk dengan selalu melihat label halalnya terutama produk makanan

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memfokuskan pada variabel bebas (X1) yaitu pengaruh label halal (X2) citra merek dan variabel terikat (Y) yaitu Keputusan pembeli (Studi kasus di *Aroma bakery and cake* Panyabungan).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah terdapat Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembeli (Studi kasus di *Aroma bakery and cake* Panyabungan)?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap Keputusan Pembeli (Studi kasus di *Aroma Bakery and Cake* Panyabungan)?
3. Apakah terdapat pengaruh terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus *Aroma bakery and cake Panyabung*) secara simultan?

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh Labelisasi halal terhadap Keputusan pembeli (Studi kasus di Aroma *bakery and cake* Panyabungan)
- b. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap Keputusan Pembeli (Studi kasus di Aroma *bakery and cake* Panyabungan)
- c. Untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan citra merek terhadap Keputusan Pembeli (Studi kasus di Aroma *bakery and cake* Panyabungan) secara simultan

2. Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Aroma *bakery and cake* Panyabungan)

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti, untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengaplikasian materi selama kuliah dan sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) dan mendapat gelar sarjana ekonomi syariah.
- 2) Bagi akademisi, sebagai media dan rujukan untuk menambah ilmu pengetahuan dan informasi tentang pengaruh Label halal dan citra merek terhadap Keputusan pembeli (Studi kasus di Aroma *bakery and cake* Panyabungan).
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembeli (Studi kasus *Aroma bakery and cake Panyabungan*).