

Pengaruh Label Halal, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Membeli Mie Gacoan

¹Izza Fahmi Khoiruman Ramadhan*, ²Tati Handayani

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

*¹izza.fahmi@upnvj.ac.id, ²tati.handayani@upnvj.ac.id

*Penulis Korespondensi

Received: 10 July 2023

Revised: 24 May 2024

Published: 27 May 2024

Abstract

Halal food is crucial for Muslims, Indonesia has a majority Muslim population, apart from that, unfortunately literacy about the halal lifestyle is still minimal. This research explains the influence of the halal label, income and lifestyle on interest in buying gacoan noodles among Muslim communities in DKI Jakarta. The approach used is quantitative. The population of this research is the Muslim community of DKI Jakarta who know about gacoan noodle restaurants. The sample for this research consisted of 112 respondents who were Muslim people who lived in DKI Jakarta. Partial Least Square is used as a data analysis technique. The results of the hypothesis test are that the halal label has no effect on buying interest, income has no effect on buying interest, and lifestyle has an effect on buying interest. The findings from this research indicate that the Muslim community in DKI Jakarta has not made the halal label and income the main parameters in their interest in buying gacoan noodles. Purchasing gacoan noodles is influenced by lifestyle.

Keywords: mie gacoan, halal label, income, lifestyle, buying interest

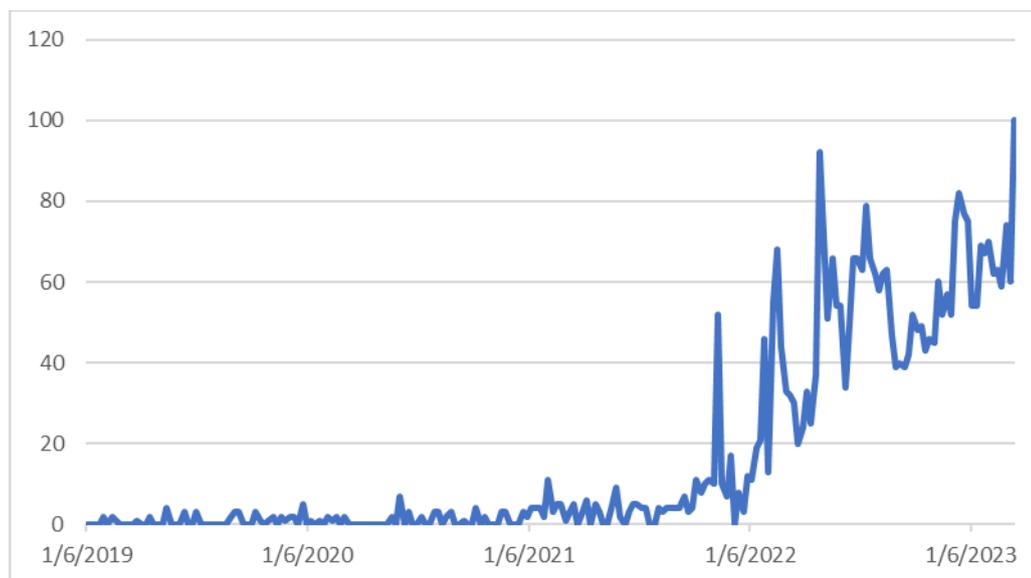
Abstrak

Makanan halal merupakan hal yang krusial bagi umat muslim, Indonesia yang memiliki penduduk mayoritas muslim, sayangnya literasi tentang gaya hidup halal masih minim. Penelitian ini menjelaskan pengaruh label halal, pendapatan, dan gaya hidup terhadap minat membeli mie gacoan pada masyarakat muslim di DKI Jakarta. Pendekatan yang dipakai yaitu kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat muslim DKI Jakarta yang mengetahui tentang restoran mie gacoan. Sampel penelitian ini berjumlah 112 responden yang merupakan masyarakat muslim yang berdomisili di DK Jakarta. Partial Least Square digunakan sebagai teknik analisis data. Hasil uji hipotesisnya adalah label halal tidak berpengaruh terhadap minat membeli, pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat membeli, dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat membeli. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim DKI Jakarta belum menjadikan label halal dan pendapatan sebagai parameter utama dalam minat membeli mie gacoan. Pembelian mie gacoan dipengaruhi oleh gaya hidup.

Kata kunci: mie gacoan, label halal, pendapatan, gaya hidup, minat membeli

PENDAHULUAN

Makanan dan minuman saat ini menjadi salah satu bisnis yang diminati oleh wirausahawan di Indonesia salah satunya DKI Jakarta, karena manusia sangat membutuhkan makanan serta minuman untuk keberlangsungan hidup mereka. Salah satu produk makanan yang diminati masyarakat adalah produk olahan mie. Berdasarkan data World Instant Noodles Association (WINA), konsumsi mi instan di Indonesia sebesar 13,27 miliar porsi pada 2021 (Association, 2021). Jumlah itu menjadi yang terbesar kedua setelah China/HongKong. Salah satu produk mie yang terdapat di DKI Jakarta adalah mie gacoan. Berdasarkan hasil riset yang terdapat di *Googletrends* tentang pencarian melalui website mengenai mie gacoan setiap tahunnya mengalami peningkatan seperti tercantum pada gambar 1.



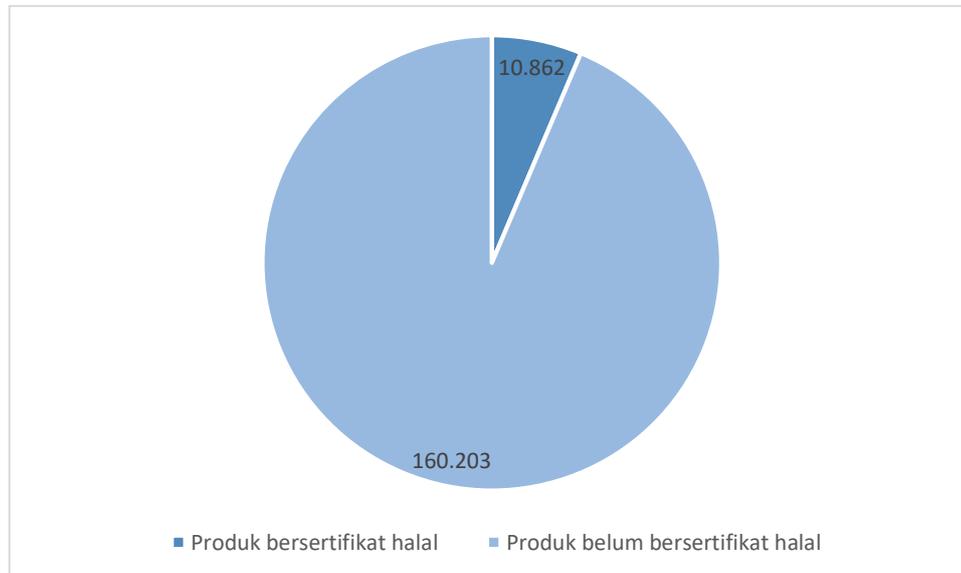
Gambar 1. Tren pencarian Mie Gacoan di DKI Jakarta

Sumber: (GoogleTrends, 2023)

Pada Gambar 1 diatas terlihat bahwa hasil pencarian mengenai topik mie gacoan di DKI Jakarta terus mengalami peningkatan sejak tahun 2021 hingga tahun 2023 mengalami jumlah pencarian tertinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa mie gacoan menjadi salah satu topik yang dicari masyarakat serta menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk mencari tahu tentang mie gacoan cukup tinggi.

Jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam sebanyak 237,53 juta jiwa hingga 31 Desember 2021, jumlah itu setara dengan 86,9% (BPS DKI Jakarta, 2022) dari populasi di tanah air yang mencapai 273,32 juta orang (DataIndonesia, 2022). Menurut wilayahnya, DKI Jakarta menjadi provinsi ke enam dengan penduduk muslim terbanyak yaitu sebanyak 9,43 juta jiwa (BPS DKI Jakarta, 2022). Dengan banyaknya masyarakat muslim di DKI Jakarta memberikan

dampak kepada permintaan produk makanan yang berlabel halal. Terdapat banyak produk di DKI Jakarta yang tercantum pada gambar 2.



Gambar 2. Jumlah Produk yang Terdapat di DKI Jakarta

Sumber : (BPJPH, 2023)

Pada gambar 2 diatas terlihat bahwa masih banyak produk yang belum memiliki sertifikat halal. Berdasarkan data tersebut hanya 6% produk yang bersertifikat halal dari total 171.065 produk yang terdapat di DKI Jakarta. Hal ini tentu harus menjadi perhatian kita sebagai masyarakat muslim agar kita lebih berhati-hati dalam mengonsumsi produk yang akan kita pilih. Produk mie yang akan menjadi pilihan konsumen harus berlabel halal. Sehingga konsumen merasa nyaman untuk mengonsumsinya.

Produk berlabel halal merupakan keharusan bagi seorang muslim. Islam mengajarkan bahwa makanan yang dikonsumsi haruslah mengandung unsur halal dan juga thoyyib (Rohim & Priyatno, 2021). Pada konsep tayyib kualitas produk seperti bahan makanan, gizi, kebersihan, Kesehatan, harga produk, dan manfaat produk. Produsen yang memproduksi produk harus benar-benar memperhatikan kualitas dan manfaat suatu produk. (Fathurrahman & Anggesti, 2021).

Dengan banyaknya masyarakat muslim di DKI Jakarta tentu minat membeli makanan dengan label halal akan tinggi. Minat merupakan dorongan yang muncul sesudah melihat, memahami, membandingkan, serta memperhitungkan kebutuhan yang diinginkan (Seng & Ping, 2016). Minat membeli adalah keinginan yang muncul pada seseorang untuk membeli suatu produk karena proses pengamatan dan pembelajaran dari konsumen terhadap produk tersebut (Yanti & Darwanto, 2021). Sebelum mengonsumsi sesuatu, konsumen biasanya memutuskan produk apa yang dibutuhkan, kapan dibutuhkan, cara membeli, dan di mana

pembelian bahan konsumsi tersebut akan dilakukan (Saputri & Sidanti, 2022). Sebagai masyarakat muslim tentu akan membeli produk makanan yang memiliki label halal.

Label adalah bagian dari produk yang berisi informasi lisan tentang produk atau produsennya. Label ini bisa menjadi bagian dari kemasan dan identifikasi yang dicetak pada produk. (Armadani et al., 2019). Label halal adalah tanda pada kemasan produk yang menunjukkan bahwa produk tersebut dianggap halal. Fungsi dari label halal adalah memberikan perlindungan dan kenyamanan kepada konsumen yang memilih produk tersebut dengan memastikan kehalalan produk (Saputri & Sidanti, 2022). Label halal yang ada di kemasan produk akan memudahkan konsumen untuk mengenali produk yang halal.

Minat membeli juga dipengaruhi oleh pendapatan seseorang. Pendapatan merupakan suatu bentuk pencapaian seluruh upah atau material yang didapat dari hasil suatu penggunaan kekayaan atau hasil kerja yang didapat selama jangka waktu dan selama periode yang telah ditentukan pada suatu usaha atau rumah tangga produsen (Hanum, 2017). Dalam hidup pendapatan sering dikatakan sebagai dari hasil upah atau gaji, dan juga hibah dari seseorang akibat menjalankan suatu pekerjaan.

Tabel 1. Upah Minimum Provinsi Tertinggi di Indonesia (Dalam Rupiah)

Provinsi	Upah Minimum Provinsi
DKI Jakarta	4.900.798
Papua	3.864.696
Kep. Bangka Belitung	3.498.479
Sulawesi Utara	3.485.000
Aceh	3.413.666
Sumatera Selatan	3.404.177
Sulawesi Selatan	3.385.145
Papua Barat	3.282.000
Kep. Riau	3.279.194
Kalimantan Utara	3.251.702

Sumber : (CNBC Indonesia, 2023)

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa masyarakat DKI Jakarta memiliki pendapatan per bulan yang paling tinggi dari provinsi lainnya berdasarkan upah minimum provinsi yaitu sebesar Rp 4.900.798. Dengan pendapatan yang tinggi di DKI Jakarta membuat kebutuhan dan keinginan juga semakin meningkat sehingga menumbuhkan gaya hidup yang berbeda dari provinsi lainnya.

Gaya hidup seseorang tercermin dari pola tidurnya, yaitu kapan ia tidur, kapan ia bangun dan kembali tidur. Selain itu, gaya hidup juga tercermin dari aktivitas sehari-hari

seperti makan dan berpakaian (Nasib & Tambunan, 2021). Para pelaku usaha perlu menyesuaikan produk yang diinginkan dengan gaya hidup masyarakat muslim. Karena di DKI Jakarta terdapat banyak masyarakat muslim, maka gaya hidup juga digunakan untuk mengklasifikasikan pasar. Tren pasar dapat dilihat ketika gaya hidup di suatu daerah mendorong para pelaku usaha untuk meningkatkan mutu, harga, kuantitas, dan kehalalan produk (Nasib & Tambunan, 2021).

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Membeli

Minat membeli adalah kemungkinan bahwa seorang konsumen akan memilih produk atau jasa tertentu. Sebelum mengonsumsi sesuatu, konsumen akan membuat keputusan tentang produk yang dibutuhkan, kapan dibutuhkan, bagaimana membelinya, dan di mana membeli bahan konsumsi tersebut (Saputri & Sidanti, 2022). Minat membeli adalah keinginan yang timbul di dalam diri seseorang terhadap suatu produk sebagai hasil dari proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap produk tersebut. Jika konsumen memiliki minat untuk membeli suatu produk, maka akan timbul rasa perhatian dan kecenderungan menyukai produk tersebut, yang kemudian diikuti dengan keinginan untuk membeli. Minat untuk membeli produk tertentu dapat timbul karena adanya kepercayaan pada produk dan kemampuan untuk memilih produk tersebut (Yanti & Darwanto, 2021).

Minat berkaitan dengan ayat Al-Qur'an yang ada pada surat Al-Alaq ayat 3 sampai 5.

اِنَّ اِقْرٰ وَرَبُّكَ الْاَكْرَمُ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الْاِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَم

3. Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia, 4. yang mengajar (manusia) dengan pena. 5. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.

Minat yang dimaksud dalam ayat ini adalah perintah Allah SWT kepada manusia untuk membaca, termasuk membaca tentang ufuk dunia, keagungan dunia, dan memperhatikan kemungkinan-kemungkinan yang ada agar kita dapat memahami minat sebenarnya dalam hidup kita (Amalia & Widiastuti, 2019).

Minat membeli dipengaruhi oleh beberapa aspek (Kotler & Keller, 2016):

1. Tingkah laku orang lain, tingkah laku orang lain pengganti yang digemari seseorang berdasar dua hal yaitu, kesungguhan orang lain pada pengganti yang digemari konsumen dan dorongan konsumen untuk mematuhi kemauan orang lain.
2. Aspek keadaan tak disangka, aspek ini bisa mengganti prinsip pemilihan konsumen. Pandangan konsumen untuk memilih produk tergantung pada kesadarannya apakah akan membelinya atau tidak.

Label Halal

Labelisasi halal merupakan pencantuman tulisan halal atau pernyataan halal yang tertera pada kemasan suatu produk sebagai suatu tanda terkait produk tersebut berstatus halal (Saputri & Sidanti, 2022). Label halal adalah suatu tulisan atau pernyataan halal yang dicantumkan pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut merupakan produk halal. Tujuan dari mencantumkan label halal adalah untuk memberikan perlindungan kehalalan dan kenyamanan kepada konsumen dalam menggunakan produk tersebut (Saputri & Sidanti, 2022).

Penjelasan mengenai halal tertulis didalam Al-Quran, yaitu QS Al-Baqarah:168:

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

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa dalam mengkonsumsi makanan tidak hanya dilihat dari halal dan haramnya makanan tersebut, tetapi harus memperhatikan aspek lain seperti baik, bersih dan bermanfaat untuk tubuh.

Label halal telah diatur dalam undang undang dan peraturan Menteri Agama, sebagai berikut:

1. Undang-Undang No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
Peraturan ini menjelaskan mengenai keamanan masyarakat dalam mengkonsumsi minuman dan makanan yang ada. Karena sudah dijelaskan pada pasal 25 poin a yaitu semua produsen wajib menggunakan label halal pada setiap produk apabila sudah memiliki sertifikat halal.
2. Peraturan Menteri Agama No. 20 Tahun 2021 tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil.
Dalam peraturan ini menjelaskan ketentuan ketentuan yang harus dilakukan pelaku usaha dan pelaku usaha mikro dan kecil yang wajib mendaftarkan produknya label halal sesuai dengan pasal 2 poin (1).
3. Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.
Pada peraturan ini menjelaskan proses penyelenggaraan jaminan produk halal dimana BPJPH dibentuk oleh pemerintah yang memiliki wewenang menerbitkan sertifikat halal yang diatur dalam pasal 5.

Pendapatan

Pendapatan adalah aliran uang atau kemampuan untuk membeli yang diperoleh melalui penggunaan sumber daya yang dimiliki manusia (Yuniarti, 2016). Pendapatan juga
425 | **Pengaruh Label Halal, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat...**

merupakan bentuk hasil dari imbalan pekerjaan oleh seseorang ataupun rumah tangga dari suatu pekerjaan (Sari, 2019). Pendapatan memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan hidup seseorang atau perusahaan, semakin naiknya tingkat pendapatan seseorang yang dapat diperoleh maka kemungkinan besar juga dari kemampuan seseorang tersebut atau perusahaan tersebut dapat membiayai segala bentuk dari pengeluaran serta kegiatan yang bisa dilakukan. Pendapatan juga tergantung pada berbagai macam hal yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan dan serta juga pengalaman dalam bekerja (Hakim, 2018).

Pendapatan merupakan suatu bentuk pencapaian seluruh upah atau material yang didapat dari hasil suatu penggunaan kekayaan atau hasil kerja yang didapat selama jangka waktu dan selama periode yang telah ditentukan pada suatu usaha atau rumah tangga produsen (Hanum, 2017). Dalam hidup pendapatan sering dikatakan sebagai dari hasil upah atau gaji, dan juga hibah dari seseorang akibat menjalankan suatu pekerjaan.

Pendapatan merupakan sebuah hasil yang diterima pelaku ekonomi atau sosial dari sesuatu yang dikerjakan dalam periode tertentu dan jangka waktu tertentu demi kelangsungan hidup terhadap dirinya dan juga keluarganya (Madina, 2019). Pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu, baik dalam bentuk uang tunai maupun bukan tunai, yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan (Yulianingrum et al., 2021)

Pendapatan sebagaimana dalam QS An-Najm ayat 39-41:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَىٰ

39.bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, 40.bahwa sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), 41.kemudian dia akan diberi balasan atas (amalnya) itu dengan balasan yang paling sempurna.

Dari ayat diatas dapat dijelaskan bahwa kita harus berusaha dengan sungguh-sungguh agar kita mendapatkan hasil yang sesuai dengan usaha kita, hasil dalam hal ini adalah pendapatan.

Gaya Hidup

Gaya hidup adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dalam aktivitasnya yang dianggap penting dalam ketertarikannya serta apa yang seseorang pikirkan tentang diri sendiri serta lingkungan di sekitarnya. Gaya hidup masyarakat akan berbeda dari masyarakat lainnya. Gaya hidup dari masa ke masa akan bergerak secara dinamis akan tetapi gaya hidup tidak cepat berubah dalam waktu tertentu sehingga gaya hidup relatif permanen (Setiadi, 2019).

Gaya hidup merupakan sebuah seni pada seseorang dalam menjalani hidup dengan dimulainya dari prinsip, aktivitas, tingkah laku, kebiasaan, sampai pada ketertarikan terhadap minatnya (Syariah, 2020)

Gaya hidup dapat diartikan sebagai kebiasaan hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan pandangan mereka terhadap berbagai hal. Interaksi individu dengan lingkungannya juga dapat menggambarkan gaya hidup mereka secara keseluruhan. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari sikap mereka terhadap diri sendiri dan lingkungan sekitarnya (Kotler & Keller, 2016)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, data kuantitatif merupakan data yang penyajiannya dalam bentuk angka, tabel atau diagram. Penelitian ini menggunakan variabel bebas seperti label halal, pendapatan dan gaya hidup, untuk variabel terikat yaitu minat membeli. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim DKI Jakarta, pengambilan sampel menggunakan non probability sampling yaitu tidak memberikan kesempatan dan peluang sama terhadap anggota populasi untuk dapat dijadikan sampel (Muhyi et al., 2018). Sumber data penelitian ini yaitu data primer berasal dari kuesioner dan data sekunder berasal dari buku-buku, jurnal, serta sumber elektronik yang relevan. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penentuan sampel berdasarkan teori dari (Joseph F. Hair et al., 2014). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 112 responden. Analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square. Analisis dalam SmartPLS yaitu outer model, uji hipotesis, dan inner model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Outer Model

1. Validitas Konvergen

Pada uji validitas ini, hasil pengujian dapat dilihat melalui nilai koefisien variabel laten dengan menggunakan indikator refleksif. Parameter yang dipakai yaitu *loading factor*. Syaratnya, nilai koefisien harus $> 0,70$, jika hasilnya antara 0,5 dan 0,6 masih dianggap memenuhi dan dapat dikatakan valid.

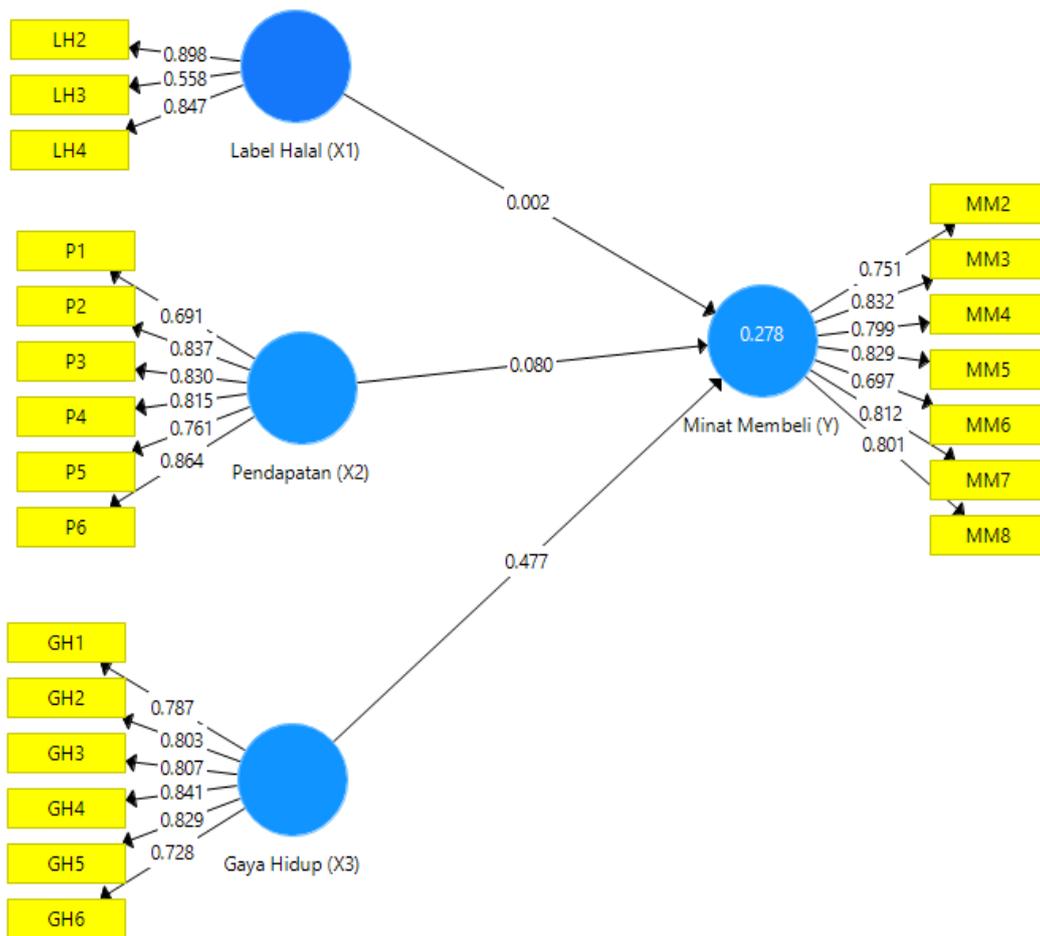
Tabel 2. Outer Loading

	Label Halal (X1)	Pendapatan (X2)	Gaya Hidup (X3)	Minat Membeli (Y)
GH1				0.787
GH2				0.803
GH3				0.806
GH4				0.841
GH5				0.829
GH6				0.729
LH1	0.403			

LH2	0.907	
LH3	0.532	
LH4	0.852	
MM1		0.305
MM2		0.751
MM3		0.832
MM4		0.801
MM5		0.828
MM6		0.697
MM7		0.81
MM8		0.799
P1	0.691	
P2	0.838	
P3	0.83	
P4	0.815	
P5	0.76	
P6	0.864	

Sumber: Data diolah

Tabel 12 dijelaskan hampir semua pernyataan yang telah ada adalah valid karena memiliki nilai *outer loading* yang lebih besar dari 0,5. Terdapat dua pernyataan yang memiliki nilai *outer loading* kurang dari 0,5. Pernyataan yang memiliki nilai kurang dari 0,5 yaitu adalah LH1 dan MM1, karena pernyataan tersebut kurang dari 0,5 maka dua pernyataan tersebut harus dihapus. Sehingga penyesuaian terhadap model adalah sebagai berikut.



Gambar 3. Output PLS

Sumber: data diolah

2. Validitas Diskriminan

Dalam pengujian validitas diskriminan, nilai minimum AVE (Average Variance Extracted) setiap variabel harus mencapai 0,5 untuk menunjukkan validitas yang baik, jika kurang dari 0,5 maka validitasnya dianggap buruk.

Tabel 3. Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE)	
Label Halal	0.612
Pendapatan	0.643
Gaya Hidup	0.64
Minat Membeli	0.624

Sumber: data diolah

Pada tabel 13 menjelaskan bahwa variabel yang sudah ada adalah variabel bebas dan variabel terikat, dengan masing-masing variabel sudah memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,5. Nilai AVE yang tertinggi terdapat pada variabel pendapatan yaitu sebesar 0,643 sedangkan variabel terendah terdapat pada variabel label halal yaitu sebesar 0,612. Hasil ini mendukung penjelasan *outer loading* yang ada terkait semua variabel telah memenuhi persyaratan dan menunjukkan bahwa semua indikator ini dapat dikatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Sebuah variabel dikatakan memenuhi composite reliability jika memiliki nilai composite reliability lebih dari 0,7.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Label Halal	0.672	0.82
Pendapatan	0.892	0.915
Gaya Hidup	0.888	0.914
Minat Membeli	0.9	0.921

Sumber: data diolah

Tabel 14 dijelaskan bahwa masing-masing variabel memiliki *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Nilai terbesar yaitu variabel minat membeli sebesar 0,921. Nilai terendah terdapat pada variabel label halal sebesar 0,82. Hasil pada uji reliabilitas ini dapat dikatakan reliabel.

Nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel termasuk dalam kategori tinggi dan sangat tinggi. Variabel dalam kategori yang sangat tinggi itu adalah pendapatan, gaya hidup, dan minat membeli. Variabel yang termasuk dalam kategori tinggi adalah variabel label halal. Hasil pada uji reliabilitas ini dapat dikatakan reliabel.

Pengujian Hipotesis

Pengujian ini bertujuan untuk menjelaskan tingkat signifikansi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini nilai t-tabel yang didapatkan adalah 1,981, dimana banyak observasi adalah 112 dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%.

Tabel 5. Uji Statistik

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Gaya Hidup -> Minat Membeli	0.477	3.978	0
Label Halal -> Minat Membeli	0.002	0.019	0.985
Pendapatan -> Minat Membeli	0.08	0.686	0.493

Sumber: data diolah

Tabel 16 menjelaskan bahwa variabel gaya hidup mempunyai kontribusi secara positif sebesar 0,477 atau 47,7% terhadap minat membeli. Variabel label halal berkontribusi positif terhadap minat membeli sebesar 0,002 atau 0,2%. Variabel pendapatan berkontribusi positif terhadap minat membeli sebesar 0,08 atau 8%.

Pada tabel nilai t statistik pada variabel gaya hidup sebesar 3,978 dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel yaitu 1,981, lalu pada nilai p-value yang diperoleh yaitu 0 yang mana nilai ini lebih kecil daripada 5%. Sehingga pengambilan hipotesisnya yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap minat membeli.

Pada tabel nilai t statistik pada variabel label halal sebesar 0,019 dimana nilai tersebut lebih kecil dari t tabel yaitu 1,981, lalu pada nilai p-value yang diperoleh yaitu 0,985 yang mana nilai ini lebih besar daripada 5%. Sehingga pengambilan hipotesisnya yaitu H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel label halal tidak berpengaruh terhadap minat membeli.

Pada tabel nilai t statistik pada variabel pendapatan sebesar 0,686 dimana nilai tersebut lebih kecil dari t tabel yaitu 1,981, lalu pada nilai p-value yang diperoleh yaitu 0,493 yang mana nilai ini lebih besar daripada 5%. Sehingga pengambilan hipotesisnya yaitu H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat membeli.

Pengujian Inner Model

1. R-Square

Uji ini adalah untuk mengetahui besaran variabel bebas dan mampu menjelaskan variabel terikat. Uji ini diketahui dengan melihat nilai R-Square pada pengolahan data yang dilakukan.

Tabel 6. R-Square

	R Square
Minat Membeli	0.278

Sumber: data diolah

Nilai R-Square yang diperlihatkan dalam tabel adalah 0,278. R-Square yang telah dihitung termasuk dalam kategori model lemah menurut teori yang ada. Dapat dikatakan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini yaitu label halal, pendapatan, dan gaya hidup,

mampu menjelaskan sebesar 27,8% terhadap minat membeli sebagai variabel terikat. Dengan sisa sebesar 72,2% dijelaskan pada variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Kualitas produk, *brand ambassador*, dan bahan produk merupakan kemungkinan variabel lain yang dapat mendukung minat membeli.

2. Q-Square

Jika nilai dari Q-square lebih dari 0 atau mendekati 1 maka dapat dikatakan baik, namun jika nilai Q-square kurang dari 0 maka prediksi relevan dapat dikatakan kurang baik. Pada penelitian ini nilai Q-Square nya yaitu:

$$\begin{aligned} Q^2 &= 1 - (1 - R^2) \\ &= 1 - (1 - 0,278) \\ &= 1 - (0,722) \\ &= 0,278 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat nilai nya adalah 0,278, maka letak nilainya berada di antara $0 < 0,278 < 1$. Semakin mendekati 1 maka nilai tersebut dikatakan baik.

Pengaruh Label Halal terhadap Minat Membeli

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa variabel label halal tidak berpengaruh terhadap minat membeli. Dibuktikan dengan nilai t statistik dan juga p values yang ada. Nilai t statistik pada variabel label halal sebesar 0,019 yang artinya lebih kecil dibandingkan nilai t tabel yaitu 1,981. Kemudian jika dilihat dari P values, nilai yang diperoleh adalah 0,985 lebih besar daripada 5%, dengan kata lain, H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan hasil riset menandakan bahwa label halal tidak mempengaruhi minat membeli mie gacoan, hal ini mungkin terjadi karena kecintaan masyarakat terhadap produk mie dibuktikan dengan jumlah konsumsi mie di Indonesia terbesar kedua setelah China/Hongkong. Kemudian rasa penasaran ingin mencoba produk mie gacoan yang cukup tinggi dikarenakan cabang dari restoran mie gacoan di DKI Jakarta untuk saat ini hanya berlokasi di Tebet dan setiap ada pembukaan cabang baru di wilayah lain yang selalu ramai pengunjung membuat masyarakat semakin penasaran dengan rasa dari mie gacoan itu sendiri. Bahan dasar dalam pembuatan mie yang secara umum tidak mengandung bahan yang haram sehingga dalam mengonsumsi produk olahan mie masyarakat tidak terpengaruh dengan label halal. Pada produk mie gacoan juga didominasi oleh produk olahan mie dan daging ayam sehingga label halal tidak berpengaruh terhadap minat membeli mie gacoan. Selain itu penggunaan indikator label halal dalam penelitian ini hanya dua indikator saja yaitu

gambar dan tulisan, hal ini mungkin juga menjadi penyebab dari hasil pada variabel label halal tidak berpengaruh terhadap minat membeli.

Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Membeli

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat membeli. Dibuktikan dengan nilai t statistik dan juga p values yang ada. Nilai t statistik pada variabel pendapatan sebesar 0,493 yang artinya lebih kecil dibandingkan nilai t tabel yaitu 1,981. Kemudian jika dilihat dari P values, nilai yang diperoleh adalah 0,686 lebih besar daripada 5%, dengan kata lain, H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi atau semakin rendah pendapatan yang diterima oleh seseorang tidak akan memengaruhi minat untuk membeli mie gacoan. Harga mie gacoan yang murah menyebabkan produk ini dapat dibeli oleh semua kalangan.

Tabel 7. Harga Mie Gacoan

Makanan	Harga	Minuman	Harga
Mie Suit	Rp10,000.00	Es Gobak Sodor	Rp9,100.00
Mie Hompimpa		Es Teklek	Rp5,900.00
Level 1-4	Rp10,000.00	Es Sluku Bathok	Rp5,900.00
Level 6-8	Rp10,900.00	Es Petak Umpet	Rp9,100.00
Mie Gacoan		Mineral	Rp4,100.00
Level 0-4	Rp10,000.00	Lemon Tea	Rp5,900.00
Level 6-8	Rp10,900.00	Milo	Rp8,200.00
Siomay	Rp9,100.00	Orange	Rp5,000.00
Udang	Rp9,100.00	Es Tea	Rp4,100.00
Rambutan			
Udang Keju	Rp9,100.00	Tea Tarik	Rp6,400.00
Lumpia Udang	Rp9,100.00	Vanilla Latte	Rp8,200.00
Pangsit Goreng	Rp10,000.00	Thai Tea	Rp8,200.00
		Thai Green Tea	Rp8,200.00
		Es Coklat	Rp8,200.00

Sumber: mie gacoan

Berdasarkan tabel 17 dapat dilihat bahwa harga makanan yang dijual oleh mie gacoan mulai dari 9 ribu sampai 10 ribuan sedangkan untuk harga minuman mulai dari 4 ribuan sampai 9 ribuan saja. Kemudian berdasarkan data dari kuesioner yang diperoleh menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh pelajar/mahasiswa dimana para pelajar/mahasiswa ini masih banyak yang belum memiliki pekerjaan dan masih mengandalkan orang tua untuk mendapatkan uang. Karena harga mie gacoan yang murah

433 | **Pengaruh Label Halal, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat...**

sehingga membuat mie gacoan dapat dibeli oleh semua kalangan terutama para pelajar/mahasiswa yang masih belum memiliki pekerjaan.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Membeli

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Dibuktikan dengan nilai t statistik dan juga p values yang ada. Nilai t statistik pada variabel pendapatan sebesar 3,978 yang artinya lebih besar dibandingkan nilai t tabel yaitu 1,981. Kemudian jika dilihat dari P values, nilai yang diperoleh adalah 0 lebih kecil daripada 5%, dengan kata lain, H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil riset menandakan bahwa semakin meningkat gaya hidup seseorang akan diikuti dengan peningkatan minat untuk membeli mie gacoan. Mie gacoan merupakan restoran olahan mie yang sempat viral beberapa waktu lalu di beberapa sosial media seperti *instagram* dan *tiktok*. Dengan viralnya mie gacoan tentu membuat orang lain ikut – ikutan ingin membeli mie gacoan. Pada penelitian ini diperoleh responden dengan mayoritas usia 17 – 26 tahun dimana pada usia tersebut tentunya masih aktif menggunakan sosial media dan dengan viralnya mie gacoan di sosial media membuat rasa ingin ikut – ikutan tren membeli mie gacoan juga meningkat. Gaya hidup ingin ikut – ikutan perilaku orang lain ini disebut dengan *bandwagon effect*. *Bandwagon effect* merupakan fenomena psikologi dimana seseorang cenderung mengikuti tren, gaya, sikap, dan lain sebagainya karena melihat banyak orang turut melakukan hal yang sama.

Simpulan

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan maka label halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Masyarakat tertarik untuk membeli mie gacoan tidak dipengaruhi oleh label halal, hal ini mungkin terjadi karena kecintaan masyarakat terhadap produk mie dibuktikan dengan jumlah konsumsi mie di Indonesia terbesar kedua setelah China/Hongkong. Kemudian rasa penasaran ingin mencoba produk mie gacoan yang cukup tinggi dikarenakan setiap restoran membuka cabang baru selalu ramai oleh pembeli sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk membeli mie gacoan. Serta bahan baku dasar untuk membuat mie tidak mengandung bahan yang haram sehingga masyarakat tidak terlalu mementingkan ada tidaknya label halal dalam sebuah produk. Pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Minat masyarakat untuk membeli mie gacoan tidak dipengaruhi oleh pendapatan yang diterima. Harga produk yang terjangkau membuat mie gacoan dapat dibeli oleh semua kalangan termasuk para pelajar/mahasiswa. Hal ini

menandakan bahwa semakin tinggi atau semakin rendah pendapatan yang diterima oleh seseorang tidak akan memengaruhi minat untuk membeli mie gacoan terutama bagi pelajar/mahasiswa yang masih bergantung kepada orang tua untuk mendapatkan uang. Gaya hidup memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Responden pada penelitian ini didominasi usia 17 – 26 tahun dimana pada usia tersebut masih aktif menggunakan sosial media. Produk mie gacoan yang viral di sosial media akan membuat rasa ingin ikut – ikutan tren membeli mie gacoan juga meningkat.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk membahas topik yang sama akan tetapi disarankan untuk menambah variabel lain diluar penelitian ini yang sudah dilakukan. Memperbanyak jumlah sampel dan mempeluas lokasi penelitian untuk memperkuat data penelitian. Menggunakan indikator terbaru jika ingin menggunakan variabel label halal. Bagi masyarakat muslim hendaknya lebih selektif lagi untuk memilih makanan yang sudah memiliki label halal terutama untuk produk yang belum jelas sudah memiliki label halal atau belum dikarenakan hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa label halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Bagi mie gacoan diharapkan melakukan evaluasi serta inovasi terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Terutama pada variabel gaya hidup yang memiliki pengaruh terhadap minat membeli. Mie gacoan bisa mengadakan event – event atau mengundang reviewer makanan guna meningkatkan minat membeli mie gacoan. Selain itu mie gacoan bisa menjadikan konsumen sebagai sumber masukan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan. Serta mie gacoan dapat melakukan inovasi produk agar konsumen tetap penasaran dengan produk mie gacoan dan tetap viral di sosial media.

Daftar Pustaka

- Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat (Studi Pada LAZ Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756.
- Armadani, R. Y., Febrian, A. D., Hidayat, R. D. R., & Kudato, R. V. (2019). The Effect Of Halal Labels And Consumer Trust In Wardah Products On The Purchase Decision Of Millennial Students In East Jakarta. *Advances in Transportation and Logistics Research (ALTR)*, 2(1), 751–757.
- Association, W. I. N. (2021). *Global Demand of Instant Noodles TOP 15*. <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/ranking/>
- BPJPH. (2023). *Data Sertifikasi Halal*. <http://olap.halal.go.id/public/dashboard/093da78f-f565-4b0d-852e-cad626a8f999>
- BPS DKI Jakarta. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020-2022*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/108/844/1/jumlah-penduduk-menurut-agama-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- CNBC Indonesia. (2023). *Lengkap! Ini Dia Daftar UMP Terbaru 2023 di 34 Provinsi RI*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230102121501-4-402053/lengkap-ini-dia-daftar-ump-terbaru-2023-di-34-provinsi-ri/2>
- DataIndonesia. (2022). *Penduduk Muslim Indonesia Paling Banyak Berada di Jawa Barat*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/penduduk-muslim-indonesia-paling-banyak-berada-di-jawa-barat>
- Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus pada Produk Safi). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 113. <https://doi.org/10.30736/jesa.v6i2.125>
- GoogleTrends. (2023). *Hasil Pencarian Melalui Website Mengenai Mie Gacoan*.
- 436 | **Pengaruh Label Halal, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat...**

<https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today> 5-y&geo=ID&q=mie
gacoan&hl=id

Hakim, A. (2018). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit di Kecamatan Segah. *Journal Ekonomi STIEP*.

Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*.

Joseph F. Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Long Range Planning* (Vol. 46, Issues 1–2). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (Ed. 15). Pearson Education.

Madina, T. (2019). Pengaruh Pendapatan Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga dalam Perspektif Islam Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur II Palembang. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 4(2), 15–24.

Muhyi, M., Hartono, Budiyono, S. C., Satianingsih, R., Sumardi, Rifai, I., Zaman, Q., & Fitriatien, S. R. (2018). *Metodologi Penelitian*. Adi Buana University Press.

Nasib, N., & Tambunan, D. (2021). *Buku Perilaku Konsumsi 1*. 1(February).

Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 26–35. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>

Saputri, E. V., & Sidanti, H. (2022). *Pengaruh Label Halal, Bahan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Impor Korea (Pada Masyarakat Muslim Kota Madiun)*.

Sari, N. A. (2019). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Seng, L. C., & Ping, N. S. (2016). The Influence of Product Innovation Toward Consumer Purchase Intention. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 5(4), 773–782.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Ed. 3). Prenadamedia Group.
- Syariah, K. (2020). Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia. In *Insight (Islamic Economy Bulletin)*. Komite Keuangan Ekonomi Dan Keuangan Syariah.
- Yanti, N. D., & Darwanto. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–21. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i01.1144>
- Yulianingrum, A., Rianto, M. R., & Handayani, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan, dan Perilaku Keuangan terhadap Kepuasan Keuangan pada Tenaga Harian Lepas SATPOL PP di Kabupaten (X). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(1), 71–77.
- Yuniarti, V. S. (2016). *Ekonomi Makro Syariah*. CV Pustaka Setia.