

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas suatu kuesioner. Jika suatu kuesioner menjelaskan sesuatu yang ingin diukur, maka kuesioner tersebut dianggap valid, Menurut Ghozali, (2021) Untuk Melihat Validitas yaitu dengan cara membandingkan r-hitung & r-tabel, Instrumen bisa dinyatakan akan valid bila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.

1. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ = Valid

2. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ = Tidak Valid

Rumus R-tabel ($df = n-1-k$) $df = 100-3-1 = 96$

df = degree of freedom

n = Jumlah Sampel

k = Variabel X (X_1, X_2, X_3)

$r\text{-tabel} = 0,1986$ dilihat pada kolom 2 nomor 96 menggunakan rumus $r\text{-tabel}$ junaidi chaniago.

a. Variabel Sertifikasi Halal (X_1)

Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Sertifikasi Halal (X_1)

Butir Pernyataan	r-Hitung	r -Tabel	Keterangan
X1.1	0.491	0,1986	Valid
X1.2	0,497	0,1986	Valid
X1.3	0,533	0,1986	Valid
X1.4	0,461	0,1986	Valid
X1.5	0,412	0,1986	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 26

Berdasarkan tabel 5.1 diatas uji validitas variabel Sertifikasi Halal menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai kriteria valid dengan 5 pernyataan dengan nilai r hitung $>$ r tabel (0,1986). Hal itu menunjukkan bahwa 5 item pernyataan mampu menunjukkan sesuatu yang diukur pada kuesioner penelitian ini.

b. Variabel Persepsi Harga (X2)

Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X2)

Butir Pernyataan	r-Hitung	r -Tabel	Keterangan
X2.1	0,529	0,1986	Valid
X2.2	0,482	0,1986	Valid
X2.3	0,594	0,1986	Valid
X2.4	0,513	0,1986	Valid
X2.5	0,418	0,1986	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 26

Berdasarkan tabel 5.2 diatas uji validitas variabel Persepsi Harga menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai kriteria valid dengan 5 pernyataan dengan nilai r hitung $>$ r tabel (0,1986). Hal itu menunjukkan bahwa 5 item pernyataan mampu menunjukkan sesuatu yang diukur pada kuesioner penelitian ini.

c. Variabel Kualitas Produk (X3)

Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)

Butir Pernyataan	r-Hitung	r -Tabel	Keterangan
X3.1	0,597	0,1986	Valid
X3.2	0,482	0,1986	Valid
X3.3	0,599	0,1986	Valid
X3.4	0,518	0,1986	Valid
X3.5	0,399	0,1986	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 26

Berdasarkan tabel 5.3 diatas uji validitas variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai kriteria valid dengan 5 pernyataan dengan nilai r hitung $>$ r tabel (0,1986). Hal itu menunjukkan bahwa 5 item pernyataan mampu menunjukkan sesuatu yang diukur pada kuesioner penelitian ini.

d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Butir Pernyataan	r-Hitung	r -Tabel	Keterangan
Y.1	0,571	0,1986	Valid
Y.2	0,558	0,1986	Valid
Y.3	0,486	0,1986	Valid
Y.4	0,498	0,1986	Valid
Y.5	0,503	0,1986	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 26

Berdasarkan tabel 5.4 diatas uji validitas variabel Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai kriteria valid dengan 5 pernyataan dengan nilai r hitung $>$ r tabel (0,1986). Hal itu menunjukkan bahwa 5 item pernyataan mampu menunjukkan sesuatu yang diukur pada kuesioner penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2021) Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal alat ukur, yang menunjukkan akurasi, konsistensi, dan presisi saat melakukan pengukuran. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan konsistensi pengukurnya variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Sebuah konstruk dianggap reliabel jika memiliki nilai cronbach alpha $>$ 0,70 (Ghozali, 2021).

a. Reliabilitas Variabel (X1) Sertifikasi Halal

Tabel 5.5 Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.779	5

Sumber : Hasil olah data SPSS 26

b. Reliabilitas Variabel (X2) Persepsi Harga

Tabel 5.6 Hasil Uji**Reliabilitas X2****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	5

Sumber : Hasil olah data SPSS 26

c. Reliabilitas Variabel (X3) Kualitas Produk

Tabel 5.7 Hasil Uji**Reliabilitas X3****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	5

Sumber : Hasil olah data SPSS 26

d. Reliability Variabel (Y) Keputusan Pembelian

Tabel 5.8 Hasil Uji**Reliabilitas X3****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	5

Sumber : Hasil olah data SPSS 26

Dapat dilihat pada semua tabel diatas dimana menurut Ghazali (2021) suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau akurat jika *Cronbach's Alpha* diatas 0,70 maka variabel tersebut reliabel atau akurat. Dimana, pada variabel Sertifikasi Halal (X1) *Cronbach's Alpha* (0,779), Persepsi Harga (X2) *Cronbach's Alpha* (0,748), Kualitas Produk X3 *Cronbach's Alpha* (0,783) dan Keputusan Pembelian (Y) *Cronbach's Alpha* (0,762), Maka semua variabel diatas dinyatakan reliabel atau akurat.

5.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

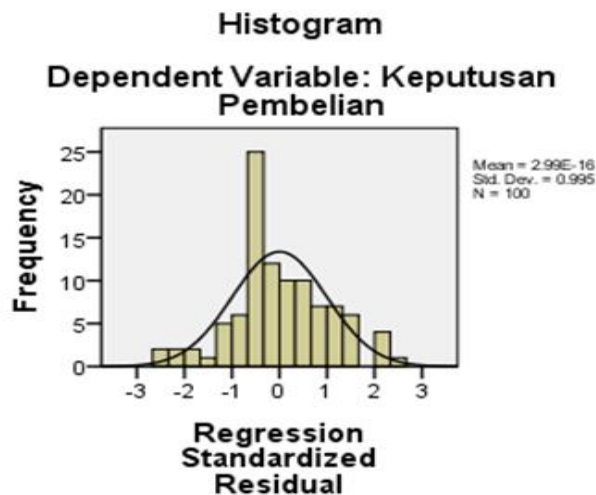
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Variabel dapat dikatakan normal jika pada uji grafik membentuk lonceng, Dan dapat dikatakan normal pada uji statistik titik atau sampel pada p-plot mengikuti garis vertical, (Ghozali, 2021).

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan melihat signifikansi dari residual yang dihasilkan dan data berdistribusi normal jika nilai $\text{sig} > 0,05$. Sebaliknya jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka nilai residunya tidak terdistribusi normal.

Berikut di bawah ini hasil uji normalitas.

a. Grafik

Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas Grafik



Sumber : Hasil olah data SPSS 26

b. Statistik

Tabel 5.9 Hasil Uji Normalitas Data

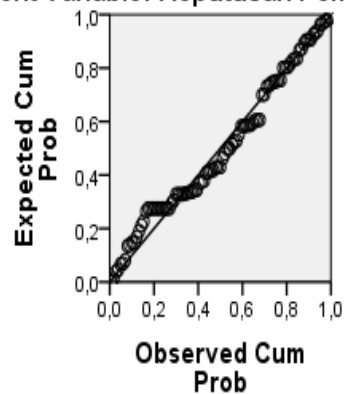
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,42681062
	Absolute	,129
Most Extreme Differences	Positive	,093
	Negative	-,113
Kolmogorov-Smirnov Z		1,128
Asymp. Sig. (2-tailed)		,497

Sumber : Hasil olah data SPSS 26

Gambar 5.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Sumber : Hasil olah data SPSS 26

Tabel 5.8 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,497 yang mana lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

Variabel dapat dikatakan normal jika pada uji grafik membentuk lonceng, Dan dapat dikatakan normal pada uji statistik titik-titik atau sampel pada p-plot mengikuti garis vertikal, (Ghozali, 2021).

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel independen Sertifikasi Halal (X1), Persepsi Harga (X2), Dan Kualitas Produk (X3) dalam satu model. Untuk mendeteksi keberadaan multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) jika Nilai $VIF < 10,00$ atau nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5.10 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.927	1.631		3.592	.002		
Sertifikasi Halal (X1)	.386	.153	.472	3.708	.002	.257	2.971
Persepsi Harga (X2)	.439	.171	.619	3.475	.001	.318	3.526
Kualitas Produk (X3)	.452	.189	.332	3.162	.000	.249	3.419

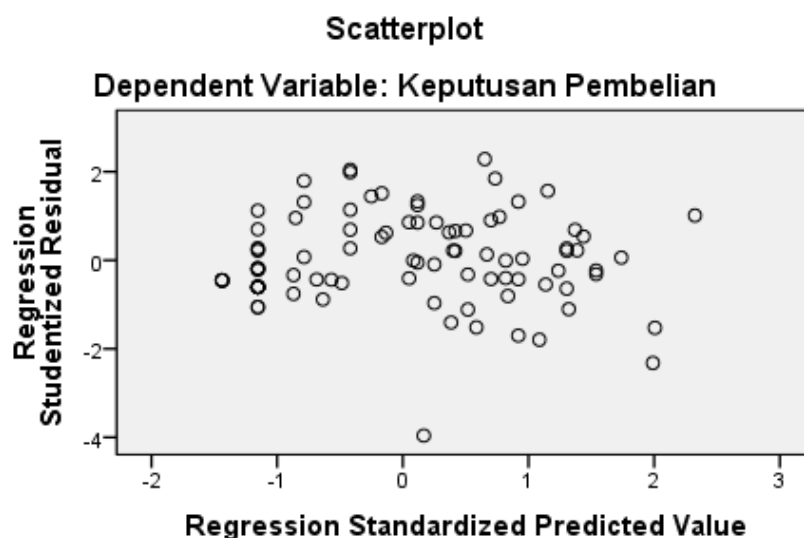
Sumber : Hasil olah data SPSS 26

Tabel 5.9 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel Sertifikasi Halal sebesar $0,257 > 0,10$ dan VIF sebesar $2.971 < 10,00$. Nilai *tolerance* variabel Persepsi Harga sebesar $0,318 > 0,10$ dan VIF sebesar $3.526 < 10,00$. . Nilai *tolerance* variabel Kualitas Produk sebesar $0,249 > 0,10$ dan VIF sebesar $3.419 < 10,00$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa diantara semua variabel bebas penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terjadi heteros atau manipulasi data, Dikatakan tidak terjadi heteros atau manipulasi data jika titik atau sampel pada scatterplot menyebar dan tidak membentuk pola (Ghozali, 2021).

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dari residual pada setiap pengamatan dalam model regresi. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji grafik Scatterplot. Apabila tidak terdapat pola tertentu atau menyebar diatas atau dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil olah data SPSS 26

Gambar 5.3 menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar secara acak, serta tersebar baik diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini pengujian statistik menggunakan regresi linear berganda yang dimana tujuannya untuk melihat pengaruh dari dua atau lebih variabel independen yaitu Sertifikasi Halal (X1), Persepsi Harga (X2), Kualitas Produk (X3) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y). berikut hasil perhitungan analisis regresi linear berganda menggunakan *software spss 26* berdasarkan data-data yang diperoleh.

Tabel 5.11 Hasil Perhitungan regresi Linear Berganda

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	312,827	3	293,546	23,926	,000 ^b
	Residual	324,291	96	4,549		
	Total	637,118	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X3), Persepsi Harga (X2), Sertifikasi Halal (X1)

Sumber : Hasil olah data SPSS 26

5.3.1 Pengaruh Sertifikasi Halal, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk

Terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 5.11 di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien untuk setiap variabel yang memungkinkan untuk memahami seberapa besar pengaruh masing-masing variabel *independen* yaitu Sertifikasi Halal (X1), Persepsi Harga (X2), Kualitas Produk (X3) terhadap variabel *dependen* Keputusan Pembelian (Y). Berikut model persamaan regresi linear berganda dan interpretasi hasil dari persamaan.

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2 + b_3 \cdot x_3 + e$$

$$Y = 1,927 + 0,386 + 0,439 + 0,452 + e$$

1. Konstanta (α) = 1,927

Hal ini berarti jika variabel Sertifikasi Halal, Persepsi Harga dan Kualitas Produk dianggap konstan (tetap) sama dengan 0 (nol) maka nilai variabel keputusan pembelian sebesar 1,927

2. Sertifikasi Halal (X1) = 0,386

Nilai koefisien sertifikasi halal bertanda positif sebesar 0,386. Hal ini menunjukkan apabila sertifikasi halal mengalami perubahan satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,386 satuan.

3. Persepsi Harga (X2) = 0,439

Nilai koefisien persepsi harga bertanda positif sebesar 0,439. Hal ini menunjukkan apabila persepsi harga mengalami perubahan satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,439.

4. Kualitas Produk (X3) = 0,452

Nilai koefisien kualitas produk bertanda positif sebesar 0,452. Hal ini menunjukkan apabila kualitas produk mengalami perubahan satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,452.

5.4 Hasil Uji Hipotesis

5.4.1 Hasil Uji Simultan (F)

Menurut Ghozali (2021) Uji simultan (F) bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel

dependen. Apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen dengan variabel dependen (H_a diterima). Demikian juga sebaliknya, apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh (H_o diterima).

Rumus F-tabel ($df = n-1-k$) $df = 100-3-1 = 96$

df = degree of freedom

n = Jumlah Sampel

k = Variabel X (X_1, X_2, X_3)

F-tabel dapat dilihat pada Kolom ke 3 nomor 96 pada rumus F-tabel oleh Junaidi Chaniago.

= F-hitung > F-tabel

= $23,926 > 2,70$

Tabel 5.12 Uji Simultan (F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	312,827	3	293,546	23,926	,000 ^b
Residual	324,291	96	4,549		
Total	637,118	99			

Sumber: Hasil olah data SPSS 26

Tabel 5.12 menunjukkan bahwa nilai F hitung $23,926 > F \text{ tabel}$ yaitu 2,70 dengan nilai $\text{sig} 0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Sertifikasi Halal, Persepsi Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.4.2 Hasil Uji Parsial (t)

Menurut Ghazali (2021) Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (H_a) diterima, begitu pula sebaliknya apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh (H_o) diterima. Yang mana t tabel yaitu $df = n - 1 - k = 100 - 1 - 3 = 96$ dengan $\text{sig} 0,05$ diperoleh t tabel ialah 1,98498.

Tabel 5.13 Hasil Uji Parsial t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.927	1.631		3.592	.002		
Sertifikasi Halal (X1)	.386	.153	.472	3.708	.002	.257	2.971
Persepsi Harga (X2)	.439	.171	.619	3.475	.001	.318	3.528
Kualitas Produk (X3)	.452	.189	.332	3.162	.000	.249	3.419

Sumber : Hasil olah data SPSS 26

Berdasarkan hasil olah data uji t pada tabel 5.13 di atas, dapat diketahui nilai t-tabel = 1,98498 yang dapat dilihat pada kolom ke 4 nomor 96 pada rumus t-tabel junaidi chaniago dan t-hitung dari masing-masing variabel pada uji satu arah dengan hasil analisis sebagai berikut:

1. Pada Variabel X1 (Sertifikasi Halal) memiliki nilai t-hitung 3,708 > t-tabel 1,98498 dan nilai sig sebesar 0,002 < 0,05. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X1 (Sertifikasi Halal) menunjukkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Sertifikasi Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Pada Variabel X2 (Persepsi Harga) memiliki nilai t-hitung 3,475 > t-tabel 1,98498 dan nilai sig sebesar 0,001 < 0,05. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X2 (Persepsi Harga) menunjukkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X2 (Persepsi Harga) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian).
3. Pada Variabel X3 (Kualitas Produk) memiliki nilai t-hitung 3,162 > t-tabel 1,98498 dan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X3 (Kualitas Produk) menunjukkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Sertifikasi Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

5.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-square)

Uji R^2 dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Sertifikasi Halal (X1), Persepsi Harga (X2), Dan Kualitas Produk (X3) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 5.14 Hasil uji R-square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.843 ^a	.879	.886	2,738	1,958

Sumber : Hasil olah data SPSS 26

Berdasarkan pada tabel 5.14 di atas, Diketahui nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,886 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh variabel Independen Sertifikasi Halal (X1), Persepsi Harga (X2), Dan Kualitas Produk (X3) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) secara simultan (bersama-sama) sebesar 88,6% sedangkan sisanya sebesar 11,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

5.5 Pembahasan

5.1.1 Analisis Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kerupuk Ikan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda yang dilakukan di atas di dapatkan hasil signifikansi pada variabel sertifikasi halal (X1) sebesar 0,002 dimana $< 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada variabel Sertifikasi Halal (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dilihat dalam konteks ilmu ekonomi sertifikasi halal berperan sebagai *quality signal* atau sinyal kualitas, yaitu informasi yang disampaikan produsen untuk meyakinkan konsumen bahwa produk sesuai standar tertentu (Kotler & Keller, 2016). Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen muslim, mengurangi *perceived risk*, dan memperkuat preferensi pembelian, karena konsumen merasa aman secara syariah maupun kesehatan.

Dari perspektif teori perilaku konsumen, konsumen muslim cenderung menilai halal sebagai *non-monetary value* yang setara pentingnya dengan harga dan

kualitas produk Zulfiani & Khasanah (2020) menemukan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk makanan dan minuman di Jakarta. Konsumen lebih memilih produk bersertifikat halal dibandingkan yang tidak. Ini menjelaskan mengapa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan: semakin meyakinkan halal suatu produk, semakin besar kecenderungan konsumen untuk membeli.

Dari sisi regulasi, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan PP No.39 Tahun 2021 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 4 menyatakan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Dasar hukum ini menegaskan pentingnya sertifikasi halal tidak hanya sebagai preferensi konsumen, tetapi juga kewajiban hukum yang memberi rasa aman bagi masyarakat. Kepatuhan produsen pada UU JPH juga menjadi faktor pembeda dalam strategi pemasaran produk halal.

Sertifikasi Halal berguna untuk meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang mereka beli dan konsumsi serta juga menjadi simbol untuk produsen menjaga citra produk mereka di mata konsumen karena melalui sertifikasi halal berarti produk tersebut sudah sesuai prosedur dan sudah menjalani proses produksi sesuai dengan syariat dan aturan sesuai dengan undang-undang jaminan produk halal.

5.1.2 Analisis Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kerupuk Ikan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda yang dilakukan di atas di dapatkan hasil signifikansi pada variabel Persepsi Harga (X_2) sebesar 0,001 dimana $< 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada variabel Persepsi Harga (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Dalam ilmu ekonomi, persepsi harga adalah bagaimana konsumen menilai harga produk dibandingkan dengan manfaat yang mereka terima. Teori nilai yang dirasakan (*perceived value theory*) menyatakan bahwa konsumen tidak hanya melihat harga absolut, tetapi membandingkan harga dengan kualitas, merek, dan kepercayaan (Ghozali, 2016). Ketika konsumen menilai harga produk wajar, adil,

atau sepadan dengan kualitas, maka persepsi harga tersebut akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari perspektif *Price-Quality Relationship*, konsumen sering menjadikan harga sebagai indikator kualitas, apalagi ketika informasi lain (seperti review atau uji coba) terbatas. Hal ini membuat persepsi harga penting dalam keputusan membeli. Dalam regulasi Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan hak konsumen untuk memperoleh harga yang wajar, sesuai kesepakatan, serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar tentang kondisi dan harga barang (Pasal 4). Selain itu, Pasal 7 menekankan kewajiban pelaku usaha untuk menetapkan harga secara jujur dan tidak menipu.

Ketentuan ini secara hukum mendasari pentingnya persepsi harga konsumen, sebab harga yang dianggap adil dan sesuai nilai produk akan meningkatkan rasa aman dan mendorong pembelian. Sesuai juga dengan penelitian yang dilakukan Wahyuni & Haryono (2017) pada penelitian konsumen produk makanan, persepsi harga yang dinilai sesuai kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

5.1.3 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kerupuk Ikan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda yang dilakukan di atas di dapatkan hasil signifikansi pada variabel Kualitas Produk (X3) sebesar 0,000 dimana $< 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada variabel Kualitas Produk (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Dalam ilmu ekonomi, kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan harapan konsumen, baik dari segi fungsi, keandalan, daya tahan, hingga estetika (Kotler & Armstrong, 2018). Teori kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Theory*) menyebutkan bahwa produk berkualitas akan memenuhi atau melebihi ekspektasi, sehingga mendorong keputusan pembelian dan meningkatkan loyalitas.

Kualitas produk juga terkait erat dengan value for money, semakin tinggi kualitas pada harga tertentu, semakin besar nilai yang dirasakan konsumen,

sehingga mereka terdorong untuk membeli. Kualitas produk terbukti menjadi salah satu faktor terkuat yang memengaruhi keputusan pembelian di berbagai industri. Secara regulasi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) secara eksplisit mengatur kewajiban pelaku usaha untuk menjamin kualitas produk. Pasal 7 menyebutkan:

"Pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan." Ini menunjukkan pentingnya kualitas produk secara hukum, di mana pelaku usaha wajib memastikan barang layak pakai, aman, dan sesuai standar. Produk berkualitas rendah atau cacat melanggar hak konsumen, yang bisa berdampak hukum.

Dalam ekonomi Islam, menjaga kualitas produk adalah bagian dari akhlak bisnis dan penerapan prinsip ihsan (berbuat sebaik-baiknya). Islam mengajarkan produsen untuk tidak menipu, mengurangi mutu, atau menyembunyikan cacat produk. Ini sejalan dengan sabda Rasulullah SAW:

"Barangsiapa menipu, maka ia bukan golongan kami." (HR. Muslim)

Selain itu, dalam Al-Qur'an QS. Al-Muthaffifin ayat 1-3, Allah mengecam orang yang mengurangi takaran atau timbangan, yang secara luas dapat diartikan sebagai mengurangi Kualitas produk juga terkait dengan maqashid syariah, khususnya dalam menjaga *hifz al-nafs* (perlindungan jiwa) dan *hifz al-maal* (perlindungan harta), di mana konsumen berhak mendapatkan produk yang aman, halal, dan bermanfaat.

Berdasarkan teori ekonomi, landasan hukum UU Perlindungan Konsumen, penelitian terdahulu, serta ajaran ekonomi Islam, Pada penelitian Rachmawati & Marlina (2021) kualitas produk yang baik meningkatkan kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian konsumen produk makanan. dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Produk berkualitas akan meningkatkan kepercayaan,

kepuasan, dan loyalitas konsumen, serta mencerminkan nilai-nilai kejujuran dan tanggung jawab dalam perspektif syariah.