

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, gaya hidup telah menjadi salah satu faktor penting yang digunakan untuk memahami perilaku konsumen, khususnya dalam proses pengambilan keputusan terhadap suatu produk. Gaya hidup mencerminkan bagaimana individu menjalani kehidupannya, termasuk dalam hal aktivitas, minat, serta opini yang mempengaruhi pilihan konsumsi mereka. Faktor ini tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan fungsional suatu produk, tetapi juga dengan nilai-nilai pribadi, kepercayaan dan status sosial.¹ Perubahan gaya hidup terjadi karena pengaruh lingkungan, sehingga muncullah suatu peluang bagi industri untuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan gaya hidup tersebut.²

Seiring dengan perkembangan jaman, membuat masyarakat saat ini mengalami kemajuan yang signifikan. Kemajuan ini terlihat dari berbagai aspek, seperti meningkatnya akses terhadap informasi, efisiensi dalam aktivitas sehari-hari, hingga kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Salah satunya dengan hadirnya teknologi, adanya teknologi saat ini membuat konsumen lebih mudah memperoleh informasi melalui internet, media sosial, dan platform digital lainnya mengenai informasi kesehatan. Hal ini membuat masyarakat menjadi lebih kritis dan selektif dalam memilih produk, termasuk mempertimbangkan aspek kesehatan, kualitas,

¹ Firdha Kutresnangingdian, "Peran Kesadaran Kesehatan dan Perhatian pada Keamanan Makanan terhadap Sikap dan Minat Konsumen dalam Membeli Makanan Organik," *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 1.

² Rini Hayati L. dan Nurul I., "Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z di Sumatra Utara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 98.

dan nilai-nilai yang diyakini, seperti kehalalan produk. Sehingga masyarakat modern dapat memberikan informasi tentang isu-isu kesehatan melalui persepsi dan inisiatif mereka sendiri.³

Persepsi sendiri merupakan salah satu faktor yang membentuk sebuah kesadaran pada setiap individu. Tingkat kesadaran seseorang dapat dilihat dari bagaimana persepsi seseorang terhadap obyek yang dipersepsikan, lebih mempengaruhi ke negative atau positif.⁴ Sehingga masyarakat terutama remaja dapat memilih dan memabandingkan mana produk yang aman bagi kesehatan untuk digunakan atau dikonsumsi. Akan tetapi masih terdapat sebagian masyarakat yang kurang peduli atau belum memiliki kesadaran yang cukup terhadap pentingnya memilih produk dengan cermat. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya literasi informasi, rendahnya kepedulian terhadap kesehatan, keterbatasan ekonomi, atau kebiasaan konsumsi yang sudah terbentuk sejak lama.⁵ Kelompok ini cenderung menggunakan produk baru tanpa melakukan pengecekan terlebih dahulu mengenai keamanan bagi kesehatan, akibatnya sebagian dari mereka kurang memperhatikan kualitas hidup secara menyeluruh.

Kualitas hidup dapat dipahami sebagai persepsi individu terhadap posisinya dalam kehidupan, dalam konteks budaya, tujuan hidup, sistem nilai, harapan dan standar hidup. Masalah yang mencangkup kualitas

³ *Ibid*, hal 1

⁴ Andi Sudarsono dan Yudi Suharsono, "Hubungan Persepsi Terhadap Kesehatan dengan Kesadaran (Mindfulness) Menyeter Sampah Anggota Klinik Asuransi Sampah Indonesia Medika," 4, no. 1 (Januari 2016):31

⁵ Dien Mardiyah, dkk., "Raising Community Awareness of Halal Product Consumption and Halal Lifestyle: A Triple Helix Model," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 9, no. 2 (Juli–Desember 2023): 456.

hidup saat ini sangat luas dan kompleks salah satunya masalah kesehatan⁶. Kesehatan merupakan kondisi dinamis yang mencakup kesehatan jasmani rohani dan social. dikatakan sehat secara fisik jika orang tersebut tidak memiliki gangguan apapun secara klinis. Fungsi organ tubuhnya berfungsi secara baik. Sehat secara psikis adalah sehat emosionalnya, pikirannya, dan spiritualnya seseorang.⁷ Konsep kesehatan berperan penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya kesehatan secara menyeluruh. Kesadaran kesehatan merujuk pada perhatian dan upaya untuk memperbaiki, mempertahankan, dan menjaga kesehatan serta kualitas hidup melalui penerapan pola hidup sehat.⁸

Kesadaran akan hidup sehat merupakan bentuk perhatian dan kepedulian untuk meningkatkan kualitas diri, yang mendorong seseorang untuk mempertahankan, memperbaiki, serta menjaga kesehatan dan mutu kehidupan melalui penerapan gaya hidup sehat.⁹ untuk menciptakan kondisi sehat diperlukan suatu keharmonisan dalam menjaga kesehatan tubuh dimana terdapat empat factor utama yang mempengaruhi kesehatan masyarakat. Keempat factor tersebut terdiri dari factor lingkungan, factor perilaku/gaya hidup factor pelayanan kesehatan, dan factor genetic. Keempat faktor tersebut saling mempengaruhi kesehatan perorangan dan

⁶ Delwien Esther Jacob dan Sandjaya, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Hidup Masyarakat Karubaga District Sub District Tolikara Provinsi Papua*," *Jurnal Nasional Ilmu Kesehatan* 1, edisi Juni 2018, mengutip WHO, 2012.

⁷ Araz Obella Nur A., "*Pengaruh Perilaku Individu terhadap Hidup Sehat (WHO)*," *Jurnal Kesehatan* 4, no. 7 (Juni 2015): 109.

⁸ Firdha Kutresnaningdian, "*Peran Kesadaran Kesehatan dan Perhatian pada Keamanan Makanan terhadap Sikap dan Minat Konsumen dalam Membeli Makanan Organik*," *E-Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 1. Hal 2

⁹ *Ibid.* hal 3

derajat kesehatan masyarakat. ¹⁰Perilaku hidup sehat yang seperti memilih produk halal merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perilaku hidup sehat.¹¹

Di sisi lain, seiring dengan berkembangnya dunia bisnis, sebuah perusahaan perlu memperhatikan standar kualitas agar dapat berkembang dengan baik dan memperoleh keuntungan yang optimal. Namun banyak diantara mereka yang kurang begitu memperhatikan standar kualitas atas produk yang diproduksi. Hal ini menjadikan produk yang dihasilkan menjadi kurang layak konsumsi baik secara standar kesehatan ataupun syariat agama (halal).¹² Saat ini konsep produk halal tidak lagi terbatas pada aspek keagamaan semata. Kini, produk halal mulai banyak didiskusikan secara luas, baik dalam forum akademik, bisnis, hingga industri global. Produk halal juga dijadikan sebagai acuan atau standar untuk jaminan kesehatan, kebersihan dan kualitas produk.¹³

Namun, Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim, kenyataannya tidak sedikit masyarakat yang masih kurang memperhatikan kehalalan suatu produk. Banyak konsumen yang menggunakan produk tanpa mengecek status halal, baik dalam kategori

¹⁰Marnah, Marnah, Husaini Husaini, dan Bahrul Ilmi, "Analisis Perilaku Masyarakat dalam Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Peserta Program Keluarga Harapan (PKH) di Kecamatan Paminggir," *Jurnal Berkala Kesehatan* 2, no. 1 (2017).

¹¹Desi Rahmawati & Moh. Badrus Solichin, "Sosialisasi Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Kesehatan dan Penerapan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat," *Kontribusi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 2 No. 1 (2021): 17–23,

¹²Fanika Selvianti dan dkk., "Pengaruh Religiusitas, Label Halal, dan Alasan Kesehatan terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea," mengutip Pramintasari dan Fatmawati, *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 2 (2020): 184.

¹³*Ibid* (Ambali&Akbar,2014:8):185

makanan, minuman, kosmetik, maupun obat-obatan. Kesadaran nasional terhadap sertifikat halal saat ini belum mengalami signifikan pengembangan. Stagnasi yang terjadi pada aturan validasi jaminan halal di Indonesia tersebut membutuhkan gerakan nasional agar masyarakat Indonesia cepat mendapat perlindungan dari pemerintah akan pemenuhan haknya sebagai warga Negara, dengan focus pada aturan pangan halal, kosmetik dan obat-obatan yang digunakan.¹⁴

Dari hasil penelitian yang diteliti oleh Nafa Shifa Tsaniyah et. al. dengan judul “Hubungan Pengetahuan Label Halal dan Kesadaran Kesehatan dengan Keputusan pembelian Makanan Kemasan Halal pada Santri Pondok Pesantren Al-quran Al-amin Pabuwaran, Purwokerto” Menunjukkan bahwa pengetahuan label halal santri tidak berhubungan dengan keputusan pembelian makanan kemasan halal. Namun demikian, kesadaran kesehatan santri berhubungan dengan keputusan pembelian makanan kemasan halal. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan pengetahuan tentang label halal dan manfaatnya bagi kesehatan, sehingga santri mempertimbangkan aspek kehalalan sebelum memutuskan untuk membeli makanan.¹⁵

Saat ini, Keamanan dan kehalalan suatu produk menjadi perhatian utama. Dengan adanya Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH), negara berkomitmen untuk memastikan keselamatan, kenyamanan, dan kepastian tersedianya produk halal bagi masyarakat dalam konsumsi

¹⁴ Muhammad Nusran, et al., "Edukasi Gaya Hidup Halal di Kalangan Komunitas Generasi Milenial," *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 1, no. 2 (2021): 2-3.

¹⁵ Tsaniyah, N. S. et al., "Hubungan Pengetahuan Label Halal dan Kesadaran Kesehatan dengan Keputusan Pembelian Makanan Kemasan Halal," *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 10(1), 2021.

mereka. Menurut Rosidi et al. , sertifikasi dan pelabelan pada produk pangan berfungsi sebagai alat ukur dan kontrol untuk memastikan bahwa produk tersebut tidak merugikan atau membahayakan konsumen. Produk halal memiliki karakteristik yang menjadi acuan bagi konsumen Muslim, yaitu sifat, asal, dan cara pengolahan makanan. Lambang halal pada produk menjadi simbol kepercayaan yang identik bagi konsumen. Namun, terdapat karakteristik kualitas yang tidak terlihat dan tidak berwujud, sehingga hampir tidak dapat dinilai atau dipastikan oleh konsumen individu, bahkan setelah mengonsumsi produk tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya sertifikasi dan pelabelan halal sebagai alat ukur dan kontrol untuk memastikan bahwa produk tersebut tidak merugikan atau membahayakan konsumen .

Pengetahuan tentang produk halal memainkan peran penting dalam memahami perilaku konsumen. Hal ini karena pengetahuan tersebut membantu konsumen dalam mengevaluasi kehalalan produk yang mereka konsumsi. Selain itu, pengetahuan halal juga memudahkan konsumen dalam memilih makanan berkualitas. Konsumen Muslim cenderung memiliki persepsi bahwa makanan halal berkualitas tinggi. Yang terpenting, pengetahuan produk halal menjadi dasar bagi seseorang dalam membuat keputusan pembelian.¹⁶

Setiap orang dalam bermasyarakat pasti mengalami sebuah perubahan, baik secara cepat maupun secara perlahan, dalam merancang

¹⁶ Tri Nur Fadila, et., al. Tingkat pengetahuan dan produk halal dalam keputusan pembelian makanan halal. *Jurnal Bisnis dan kewirausahaan*, 18(1) 2020.

perubahan tersebut dimasyarakat muncul persoalan-persoalan kehidupan, baik materi maupun non materi, baik individu maupun kelompok, yang mana dalam memecahkan sebuah masalah membutuhkan bantuan orang lain.¹⁷ Contohnya pengambilan keputusan, pengambilan keputusan yang dimaksud yaitu menggunakan atau mengkonsumsi produk halal. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, biasanya berasal dari aspek luar individu maupun aspek dari dalam diri individu, salah satu faktor aspek luar individu yang turut mempengaruhi seseorang yaitu teman sebanyanya. Salah satunya dalam memilih produk yang akan digunakan.

Kelompok teman sebaya merupakan sekumpulan individu yang memiliki kesamaan satu sama lainnya dalam umur dan tingkat kedewasaannya. Di dalam kelompok teman sebaya akan muncul komunikasi terkait beberapa hal, yaitu salah satu produk yang akan mereka gunakan dengan memberikan ulasan atau informasi tentang kehalalan suatu produk¹⁸. Terutama bagi muslim generasi z yang lebih mempercayai rekomendasi atau informasi yang didapat dari teman sebanyanya.¹⁹ Berdasarkan data BPS tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia didominasi oleh usia muda, dan dikelompokkan menjadi generasi Z dan milenial. Populasi generasi Z merupakan populasi terbesar

¹⁷ Ahmad Subakir, *"Intellectual Discourse: Religious Sociology in the Post-Trust Era in Indonesia,"* Vol. 28, No. 2 (2020): 19.

¹⁸ Azizah Ayu Ashari & Tri Sudarwanto, *"Pengaruh Teman Sebaya dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lip Cream,"* mengutip Astuti & Malau, Universitas Negeri Surabaya, Vol. 0, No. 02 (Juli 2022): 171.

¹⁹ *Ibid*, WiridjatiRoesman, 2018 :172

dibandingkan generasi milenial yaitu mencapai 75,49 juta jiwa atau 29,49 % dari total seluruh populasi penduduk Indonesia.²⁰

Dari observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti pada mahasiswa fakultas ushuluddin dan dakwah IAIN Kediri yang berada disekitar kampus mendapat poin bahwa sebagian besar mahasiswa IAIN Kediri yang berbelanja di supermarket atau toko kelontong tersebut cenderung memilih produk dengan label halal yang jelas tertera pada kemasan. Beberapa di antaranya juga terlihat berdiskusi dengan teman sebaya mengenai kehalalan produk sebelum memutuskan untuk membeli. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran akan pentingnya mengonsumsi produk halal cukup tinggi di kalangan mahasiswa. Sikap ini menunjukkan bahwa mahasiswa sudah cukup memahami pentingnya dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi, terutama dalam memastikan kehalalannya. Mereka menyadari bahwa sebagai konsumen muslim, ada tanggung jawab moral untuk hanya mengonsumsi produk yang sesuai dengan ajaran Islam. Kesadaran ini dapat menjadi dasar yang kuat untuk membentuk generasi yang tidak hanya pintar secara akademik, tetapi juga memiliki integritas dalam menjalani ajaran agama dan dalam memilih apa yang dikonsumsi sehari-hari.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ushuluddin dan dakwah IAIN Kediri, alasan peneliti mengambil subjek mahasiswa karena berada dalam fase transisi dari remaja ke dewasa, yang mana dalam tahap perkembangan yang aktif dalam mengambil keputusan secara mandiri,

²⁰ Antara News, *BPS: Penduduk Indonesia Didominasi Generasi Z dan Milenial*, diakses 25 April 2025, <https://www.antaraneews.com/berita/1960808/bps-penduduk-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-milenial>.

termasuk dalam hal pembelian produk. Sebagai mahasiswa di institusi berbasis keislaman, mereka juga diasumsikan memiliki pengetahuan dan kesadaran yang lebih tinggi tentang pentingnya memilih produk halal.

Kesadaran hidup sehat dipilih sebagai variabel bebas karena kesadaran ini memengaruhi cara seseorang memilih produk yang tidak hanya halal tetapi juga aman dan baik bagi kesehatan, sehingga berperan penting dalam keputusan pembelian. Sedangkan dukungan teman sebaya dijadikan variabel mediasi karena teman sebaya dapat memberikan pengaruh kuat dalam kehidupan sosial mahasiswa, di mana interaksi dan diskusi dengan teman dapat memperkuat atau memengaruhi hubungan antara kesadaran hidup sehat dan keputusan pembelian produk halal. Dengan demikian, ketiga aspek ini dianggap penting untuk dipelajari secara terpadu dalam konteks pengambilan keputusan pembelian produk halal oleh mahasiswa. Oleh karena itu, timbul rasa ingin tahu dari peneliti mengenai apakah mahasiswa IAIN Kediri masih memperhatikan aspek kesehatan dan kehalalan dari produk yang digunakan atau dikonsumsi, mengingat luasnya jaringan pertemanan yang dimiliki dari berbagai kota. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui apakah teman sebaya memberikan dukungan yang bersifat positif atau justru sebaliknya, oleh sebab itu peneliti mengajukan judul “Pengaruh Kesadaran Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dengan Dukungan Teman Sebaya Sebagai Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri ”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh antara Kesadaran Hidup Sehat terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal?
2. Apakah Dukungan Teman Sebaya dapat menjadi mediasi antara kesadaran hidup sehat dengan Keputusan pembelian produk halal?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui Pengaruh kesadaran hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk halal
2. Menguji peran dukungan teman sebaya sebagai mediasi antara kesadaran hidup sehat dengan keputusan pembelian produk halal

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis.
 3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai sarana pengembangan ilmu terutama dalam Kesehatan dan keputusan pembelian produk halal
2. Manfaat Praktisi.
 - a. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan wawasan baru kepada pembaca mengenai keputusan pembelian produk halal dan sehat. Pembaca juga akan memperoleh informasi yang berguna untuk membuat keputusan yang lebih baik terkait kesehatan dan keamanan produk.

b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang valid tentang pentingnya memilih produk yang tidak hanya sehat, tetapi juga halal.

c. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai hubungan antara sikap konsumen dan aspek kesehatan serta kehalalan produk.

E. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa penelitian yang mengenai pengaruh kesadaran hidup sehat terhadap halal awareness suatu produk. Penelitian terdahulu bertujuan untuk endapatkan bahan perbandingan serta acuan untuk menghindari kesamaan dengan penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh kesadaran hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk halal dengan dukungan teman sebaya sebagai mediasi.

1. Jurnal penelitian yang diteliti oleh wenny P & Lomira R dengan judul “Pengaruh Kesadaran Kesehatan dan Perceived Barries terhadap Attitude Toward organic Food dan Dampaknya terhadap Minat Beli” teknik pengambilan sampel pada penelitian ini non probabilitas, data diperoleh dari 120 responden di Pontianak. Teknik pengambilan data dengan metode analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap makanan organic secara signifikan mempengaruhi oleh kesadaran kesehatan dan tidak signifikan dipengaruhi oleh persepsi

hambatan yang dirasakan.²¹Persamaan dari penelitian ini adalah fenomena yang akan diteliti yaitu kesadaran kesehatan dan perbedaannya adalah metodologi yang akan digunakan.

2. Jurnal penelitian yang diteliti oleh Siti Marginingsih dengan judul “Pengaruh Health Consciousness, Halal Awareness, Dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Studi Konsumen Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Kabupaten Kebumen)” pada penelitian ini menggunakan alat analisis data bantuan program aplikasi komputer yaitu SPSS for windows version 23 yang meliputi Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda serta Uji Hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan model memenuhi asumsi normalitas. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel health consciousness berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention produk HPAI di Kabupaten Kebumen, variabel halal awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention produk HPAI di Kabupaten Kebumen, dan variabel product knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention produk HPAI di Kabupaten Kebumen,serta ketiga variabel juga berpengaruh secara bersama-sama terhadap purchase

²¹ Wenny P. & Ilmira R., "Pengaruh Kesadaran Kesehatan dan Perceived Barriers Terhadap Attitude Toward Organic Food dan Dampaknya terhadap Minat Beli," Universitas Tanjungpura, Vol. 4, No. 1 (2021).

intention produk HPAI di Kabupaten Kebumen.²² Persamaan dalam penelitian ini terletak pada alat analisis data dan variabelnya yaitu kesadaran kesehatan dan halal awareness sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel.

3. Penelitian yang diteliti oleh Talisa Rahma Pramintasari & Indah Fatmawati yang berjudul “Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal” dalam penelitian menggunakan alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil penelitian terdapat dua hipotesis terdukung, yaitu Hipotesis 1 dan Hipotesis 2, sedangkan Hipotesis 3 dan Hipotesis 4 menunjukkan hasil yang tidak signifikan atau dengan kata lain tidak terdukung. Hipotesis pertama menunjukkan nilai signifikansi 0,002 menunjukkan bahwa variabel keyakinan religius (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran halal (Y). Hipotesis 2 menunjukkan nilai signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa peran sertifikasi halal (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran halal (Y). Hipotesis 3 menunjukkan nilai signifikansi 0,928 menunjukkan bahwa paparan informasi (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keadaan kesadaran halal (Y). Hipotesis 4 menunjukkan nilai signifikansi 0,291 menunjukkan bahwa alasan kesehatan (X4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keadaan kesadaran halal

²² Siti Marginingsih, "Pengaruh Health Consciousness, Halal Awareness, dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Studi Konsumen Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di Kabupaten Kebumen)," Manajemen STIE Putra Bangsa, diakses 26 Mei 2024, pukul 09.00, [pdf].

(Y).²³ persamaan penelitian ini dengan fenomena saat ini adalah kesadaran masyarakat pada produk halal dan perbedaannya terletak pada alat analisis yang digunakan.

4. Jurnal yang diteliti oleh Jenny Ayu Mutia, Suprihatin Al dan M. Iqbal Harori dengan judul “Analisis pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Personal Care Studi Eksperimen Pada Mahasiswa Universitas Lampung”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksperimen dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode verifikatif atau kausalitas untuk menguji hipotesis pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki kesadaran halal yang tinggi. Dari analisis data menggunakan metode regresi linear sederhana, variabel kesadaran halal memiliki hubungan yang sedang dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 54,7%, sisanya dijelaskan oleh faktor lainnya. Persamaan penelitian ini dengan fenomena yang akan diteliti adalah kesadaran peoduk halal dan analisis data, dan perbedaannya terletak pada teknik pengambila sampel.²⁴
5. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia, et. al., yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan Halal, Religiusitas, dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal (Studi pada

²³ Talisa Rahma Pramintasari & Indah Fatmawati, "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal," Vol. 8, No. 1 (Maret 2017).

²⁴ Jenny Ayu Mutia, dkk., "Analisis Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Personal Care: Studi Eksperimen pada Mahasiswa Universitas Lampung," *Jurnal Kompetitif Bisnis* 1, no. 9 (Desember 2022).

²⁶ Fitri Arum Sari dkk., *Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya dengan Intensi Perilaku Makan Sehat pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas MIPA Universitas Negeri Malang*, (Malang: Universitas Negeri Malang, 2021)

Konsumen Muslim di Kota Solo)" bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel tersebut memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana responden adalah konsumen Muslim yang berdomisili di Kota Solo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Definisi operasional. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner yang telah diuji validitasnya menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,317. Religiusitas juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,209. Sementara itu, kesadaran halal merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat, dengan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal, ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,608. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut, baik secara simultan maupun parsial, memberikan kontribusi signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim terhadap produk makanan berlabel halal. Persamaan pada penelitian ini terletak

pada variable Keputusan pembelian produk halal dan sama-sama membahas produk halal, dengan pengambilan sampling yaitu purposive sampling

F. Definisi operasioanal

Definisi operasional merupakan proses menggambarkan suatu variabel penelitian secara rinci berdasarkan karakteristik yang dapat diamati, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengukur atau mengamati objek maupun fenomena secara akurat.²⁵ Teknik pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 4. Semakin tinggi total skor yang diperoleh responden, maka semakin tinggi pula tingkat variabel yang dimiliki individu tersebut. Peneliti akan menjelaskan secara rinci konsep dari masing-masing variabel yaitu kesadaran hidup sehat, keputusan pembelian produk halal dan dukungan teman sebaya.

a. Kesadaran Hidup Sehat

Kesadaran hidup sehat adalah tingkat pemahaman dan perhatian individu terhadap pentingnya menjalankan pola hidup sehat yang meliputi pemilihan produk konsumsi yang aman, bernutrisi, dan mendukung kesehatan tubuh. Dalam penelitian ini, kesadaran hidup sehat diukur melalui sikap, pengetahuan, dan perilaku mahasiswa dalam memilih produk yang tidak hanya memenuhi syarat kehalalan, tetapi juga mempertimbangkan aspek

²⁵ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019).

kesehatan seperti kandungan bahan, kebersihan, serta manfaat produk sebelum melakukan keputusan pembelian.

b. Keputusan pembelian produk halal

Keputusan pembelian produk halal adalah proses psikologis dan perilaku yang dilalui oleh konsumen, dalam hal ini mahasiswa Muslim, dalam menentukan pilihan terhadap produk yang akan dibeli dengan mempertimbangkan aspek kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Keputusan ini mencakup tahap-tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian yang didasarkan pada keyakinan bahwa produk yang dipilih telah memenuhi standar halal yang ditetapkan.

c. Dukungan Teman Sebaya

Dukungan teman sebaya adalah bentuk interaksi sosial dan pengaruh yang berasal dari kelompok teman sebaya yang memberikan dorongan, motivasi, serta pertukaran informasi yang dapat memengaruhi sikap dan perilaku individu, khususnya dalam konteks pengambilan keputusan. Dukungan ini mencakup aspek emosional, seperti rasa percaya dan penerimaan, serta aspek informasional, seperti berbagi pengetahuan atau pengalaman terkait suatu produk.