

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Keputusan Pembelian Produk Halal**

##### **1. Produk Halal**

Pernyataan Ambali dan Bakar menunjukkan bahwa konsep produk atau makanan halal saat ini tidak lagi dipandang sebatas sebagai kewajiban religius bagi umat Islam, melainkan telah menjadi perhatian global sebagai standar kualitas dan keamanan konsumsi. Dalam hal ini, produk halal dinilai memiliki keunggulan yang tidak hanya berkaitan dengan status keagamaan, tetapi juga dari sisi kebersihan, keamanan pangan, serta mutu produk. Produk halal harus melalui proses verifikasi ketat mulai dari pemilihan bahan, pengolahan, hingga distribusi yang bebas dari unsur haram dan najis. Proses ini memastikan bahwa produk tersebut tidak hanya "boleh" dikonsumsi secara agama, tetapi juga aman dan layak secara kesehatan.<sup>26</sup>

Kehalalan suatu produk sangat bergantung pada komposisi bahan yang digunakan dalam proses produksinya. Setiap bahan harus memenuhi ketentuan syariat Islam, yang melarang penggunaan bahan-bahan haram seperti babi, alkohol, dan unsur lain yang dilarang. Kepastian akan penggunaan bahan halal menjadi faktor utama yang memengaruhi minat konsumen

---

<sup>26</sup> Ambali dan Bakar, "People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): 3–25

Muslim dalam melakukan pembelian. Keyakinan konsumen terhadap kehalalan bahan tersebut memberikan rasa aman dan ketenangan secara spiritual saat mengonsumsi produk.<sup>27</sup>

## 2. Pengertian Keputusan Pembelian

Proses pengambilan Keputusan dipengaruhi oleh perilaku konsumen, karena keputusan tersebut merupakan cara konsumen menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan atau keinginan mereka. Dalam hal ini, perilaku konsumen berperan penting dalam menentukan pilihan produk atau layanan yang dianggap paling sesuai dengan harapan dan preferensi mereka.<sup>28</sup> Menurut Assauri, keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Sedangkan menurut Tjiptono & Pemasaran, mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Fauzia, N., et.,al , Pengaruh Label Halal, Harga dan Bahan Produk terhadap Minat Beli Konsumen , *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 66, no. 1 (2019): 37–46.

<sup>28</sup> John Budiman Bancin, *Citra Merek dan Word of Mouth: Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 22.

<sup>29</sup> Gunawan dkk., *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketin*, (Jakarta: PT Inovasi Pratama Internasional, 2023), 8

Menurut Kotler, Keputusan pembelian merupakan tahap akhir dalam proses pengambilan keputusan konsumen, di mana individu memutuskan apakah akan membeli suatu produk atau tidak. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebutuhan, persepsi terhadap produk, informasi yang dikumpulkan, serta evaluasi terhadap alternatif yang tersedia. Dalam proses ini, konsumen mempertimbangkan manfaat, harga, kualitas, dan nilai produk tersebut dibandingkan dengan produk sejenis lainnya.<sup>30</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa Proses pengambilan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen, karena berkaitan langsung dengan upaya mereka dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan. Para ahli seperti Assauri, Tjiptono, dan Kotler menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan hasil dari serangkaian tahapan, mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan akhir untuk membeli atau tidak. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kebutuhan, persepsi, informasi yang diperoleh, dan pertimbangan terhadap nilai produk. Oleh karena itu, perilaku konsumen menjadi kunci penting dalam menentukan pilihan produk yang dianggap paling sesuai dengan harapan mereka.

---

<sup>30</sup> Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto, *FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL* (Yogyakarta: NEM, 2021), hlm. 13.

Menurut Theory of Planned Behavior (TPB), perilaku konsumen dipengaruhi oleh niat (intention) yang terbentuk dari tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sikap mencerminkan penilaian positif atau negatif konsumen terhadap suatu tindakan, seperti membeli produk tertentu. Norma subjektif mencerminkan pengaruh sosial dari orang-orang di sekitar yang dapat mendorong atau menghambat perilaku tersebut. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku mencerminkan sejauh mana konsumen merasa memiliki kemampuan atau kendali untuk melakukan tindakan tersebut. Ketiga komponen ini bersama-sama membentuk niat, yang kemudian menjadi faktor utama dalam menentukan apakah konsumen akan melakukan suatu tindakan atau tidak<sup>31</sup>. Berikut aspek-aspek keputusan pembelian produk halal yakni:

a. Keyakinan Religius (Religious belief)

Religi adalah bagian dari agama. Agama mencakup sistem kepercayaan, ajaran, dan praktik yang terstruktur, sementara religi berfokus pada pengalaman pribadi dan penghayatan individu terhadap ajaran agama tersebut. Agama adalah sistem keyakinan dan norma yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, sesama, dan alam sekitar, yang diwujudkan dalam ibadah dan tercermin

---

<sup>31</sup> Peran Simanihuruk dkk., *Memahami Perilaku Konsumen: Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital* (Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hlm. 120.

dalam sikap keseharian<sup>32</sup>. Religiusitas mencerminkan penghayatan individu terhadap agama, meliputi keyakinan, perasaan, dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual, serta konsistensi antara unsur kognitif, afektif, dan psikomotorik dalam kehidupan sehari-hari

b. Paparan informasi

Paparan informasi adalah sebuah proses konsumen terekspos pada informasi dalam lingkungannya seperti strategi pemasaran, terutama melalui perilaku mereka sendiri. Penting bagi seorang konsumen mendapat paparan informasi untuk proses interpretasi. Pada umumnya konsumen mencari informasi untuk memutuskan pilihan ketika dibingungkan dengan berbagai macam pilihan produk, namun juga banyak dari mereka yang secara tidak sengaja terpapar banyak informasi ketika melihat televisi, iklan, maupun ketika sedang berbincang-bincang dengan koleganya. Oleh karena itu, paparan informasi dapat berfungsi sebagai sumber kesadaran tentang halal terkait dengan apa yang dikonsumsi.

c. Peran sertifikat halal

Sertifikasi produk halal didefinisikan sebagai pengajuan izin dan pemeriksaan produk pangan kepada lembaga yang berwenang untuk mengeluarkan Sertifikat

---

<sup>32</sup> M. Nur Ghufon dan Rini Risnawita Suminta, "Komitmen Beragama dan Kepuasan Perkawinan pada Pasangan yang Bekerja Menjadi Tenaga Kerja Indonesia," *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi* 2, no. 2 (2017): 143–157,

produk halal, sedangkan labelisasi halal adalah proses pengajuan ijin kepada lembaga yang berwenang untuk mengeluarkan keputusan pemberian ijin kepada pengusaha untuk melabelisasi halal pada kemasan produk pangannya. Logo halal dipercaya sebagai dasar atau standar apakah produk tersebut sudah sesuai dengan syariat Islam karena logo halal adalah sebagai tanda bahwa produk tersebut diperbolehkan untuk konsumsi karena sudah dijamin oleh badan pengawas (MUI)

d. Alasan kesehatan

Tidak hanya motif agama yang menentukan kesadaran konsumen terhadap produk halal, tetapi juga alasan kesehatan yang berkaitan dengan identitas agama, dan tingkat akulturasi dalam apapun yang kita konsumsi sehari-hari. konsumen juga harus memastikan makanan yang dihasilkan aman, higienis, dan tidak berbahaya bagi kesehatan manusia, sehingga alasan kesehatan sangat erat kaitannya dengan kesadaran konsumen dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Oleh karena itu, lembaga atau pemerintah secara keseluruhan harus menggunakan alasan kesehatan sebagai sumber alternative kebijakan

informasi untuk meyakinkan Konsumen Muslim tentang pentingnya produk halal.<sup>33</sup>

### 3. Konsep Produk Halal

Dalam ajaran Islam, kita diharuskan untuk mengkonsumsi makanan atau produk yang halal. Halal artinya diizinkan, lawannya yaitu haram yang memiliki arti larangan atau dilarang. Oleh sebab itu kita diharuskan untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk yang halal dan thoyyib yang sesuai dengan tuntunan agama, bermutu dan tidak merusak Kesehatan.<sup>34</sup>

Konsep halal dapat diartikan sebagai sesuatu yang diperbolehkan oleh hukum syariat. Produk halal berarti diperbolehkan atau sah oleh hukum syari'at dimana harus memenuhi beberapa kondisi, yaitu:

1. Tidak mengandung bahan dari hewan yang tidak diperbolehkan dalam hukum islam.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang najis menurut syari'at.
3. Aman dikonsumsi dan tidak berbahaya bagi Kesehatan.
4. Tidak diproduksi menggunakan alat-alat yang terkena najis menurut syariat Islam.

---

<sup>33</sup> Talisa Rahma dan Indah Fatmawati, "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikat Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal," *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, no. 1 (Maret 2017): 10–14.

<sup>34</sup> Aditya Tamara, *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan makanan Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2021, hal 16.

5. Pada saat proses, pengemasan, dan juga penyimpanan, terpisah dari produk atau makanan yang tidak diperbolehkan untuk dikonsumsi atau digunakan.

#### **4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi**

Keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui sejumlah tahapan. Setiap keputusan tersebut umumnya diawali dengan pengenalan terhadap suatu produk, dilanjutkan dengan analisis terhadap kebutuhan pribadi, pertimbangan manfaat yang akan diperoleh, serta melewati berbagai proses pertimbangan lainnya sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli.

##### **a. Faktor Budaya**

Faktor budaya memiliki pengaruh yang sangat luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen karena budaya membentuk nilai-nilai dasar, persepsi, preferensi, dan perilaku individu sejak dini. Budaya mencakup sistem nilai, kepercayaan, adat istiadat, dan norma sosial yang berlaku dalam suatu masyarakat. Nilai-nilai ini memengaruhi cara seseorang berpikir, merasakan, dan bertindak, termasuk dalam membuat keputusan pembelian.

##### **b. Faktor Sosial**

Perilaku konsumen tidak terlepas dari pengaruh faktor sosial yang mencakup kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial yang dimiliki. Kelompok kecil,

seperti teman sebaya atau komunitas, sering menjadi acuan dalam pengambilan keputusan karena dapat memberikan informasi, saran, dan tekanan sosial. Keluarga juga memainkan peran penting, karena nilai dan kebiasaan konsumsi yang ditanamkan sejak dini akan memengaruhi preferensi individu dalam jangka panjang. Selain itu, peran sosial yang dijalankan seseorang misalnya sebagai mahasiswa atau pekerja serta status sosial yang dimilikinya, seperti tingkat pendidikan dan penghasilan, turut membentuk pola konsumsi dan kecenderungan dalam memilih produk.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai karakteristik pribadi yang mencerminkan kondisi dan preferensi individu, termasuk alasan kesehatan yang semakin menjadi pertimbangan penting. Faktor usia dan tahap siklus hidup memengaruhi kebutuhan akan produk yang mendukung kesehatan pada setiap fase, misalnya produk yang lebih sehat bagi orang dewasa atau lansia.

Pekerjaan dan situasi ekonomi juga menentukan kemampuan serta kesadaran konsumen untuk memilih produk yang menyehatkan. Gaya hidup yang mengutamakan pola hidup sehat mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam membeli produk, seperti memilih

produk halal yang dianggap lebih bersih dan aman. Selain itu, kepribadian dan konsep diri yang mengedepankan kesehatan dan kesejahteraan turut membentuk preferensi pembelian produk yang mendukung kesehatan secara fisik dan spiritual. Dengan demikian, alasan kesehatan menjadi bagian integral dari karakteristik pribadi yang memengaruhi keputusan pembelian.

d. Faktor Psikologi

Pilihan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi sebagai dorongan untuk memenuhi kebutuhan, persepsi sebagai cara individu menafsirkan informasi produk, pembelajaran dari pengalaman sebelumnya, serta keyakinan dan sikap yang membentuk penilaian dan perasaan terhadap produk. Keempat faktor ini bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk.<sup>35</sup>

## **B. Kesadaran Hidup Sehat**

### **1. Pengertian Kesadaran Hidup Sehat**

Kesadaran merupakan kesadaran yang timbul secara sengaja dengan memusatkan perhatian pada saat ini, tanpa menghakimi, dan dengan sikap terbuka. Tujuannya adalah untuk menerima setiap pengalaman sebagaimana adanya, sehingga individu dapat hidup lebih tenang, sadar, dan

---

<sup>35</sup> Helin G. Yudawisastra, et. al., Teori-Teori Perilaku Konsumen, CV. Intelektual Manifes Media, Juli 2024, hlm. 210

terhubung dengan dirinya sendiri maupun lingkungannya (Kabat-Zani).<sup>36</sup> Kesadaran adalah kemampuan individu mengadakan hubungan dengan lingkungannya serta dengan dirinya sendiri dan mengadakan pembatasan terhadap lingkungannya serta terhadap dirinya sendiri melalui perhatian.<sup>37</sup>

Kesadaran berasal dari kata “sadar” yang berarti “tahu, merasa dan mengerti”. Dalam kajian yang mendalam Edmund Husserl mengemukakan bahwa “kesadaran adalah intentional yang mengarah kepada sesuatu yang disadari dan setiap aktivitas menyadari sesuatu”.<sup>38</sup> Kesadaran berkaitan dengan makna dalam kehidupan sehari-hari, termasuk sensasi dan pengalaman, yang membuat kita menyadari setiap peristiwa yang kita alami. Sementara itu, menurut Freud, kesadaran hanya mencakup bagian kecil dari kepribadian, karena sebagian besar pikiran, perasaan, dan ingatan berada di luar tingkat kesadaran.<sup>39</sup>

Menurut Lawrence Green Kesehatan seseorang atau masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor pokok yaitu faktor perilaku (behavior causes), yaitu faktor perilaku segala bentuk tindakan atau kebiasaan individu maupun kelompok yang

---

<sup>36</sup> Agung Putra A, *Sabda Kesadaran: Jalan Menuju Kebahagiaan Hidup* (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2024), hlm. 67

<sup>37</sup> Citra Ramadhan, dkk., "Kesadaran Hukum dari Perspektif Psikologi pada Remaja Kota Medan," *Jurnal Diversita* 8, no. 2 (2022): 248.

<sup>38</sup> I Made Anom Wiranata, *Metodologi Penelitian Fenomenologi: Pendekatan Husserlian dan Heideggerian* (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2024), hlm. 78.

<sup>39</sup> Sunaryo. *Psikologi Untuk Keperawatan*. (Jakarta: EGC, 2004), hlm. 80

secara langsung memengaruhi status kesehatan dan, dan faktor diluar perilaku (non behavior causes), faktor ini adalah penyebab tidak langsung yang memengaruhi kesehatan masyarakat, dan seringkali berada di luar kendali individu.

<sup>40</sup>Dalam penelitian ini, yang dimaksud hidup sehat bukan hanya sekadar bebas dari penyakit, tetapi juga mencakup kesejahteraan fisik, mental, dan sosial yang menyeluruh.

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), sehat adalah keadaan lengkap dari kesejahteraan fisik, mental, dan sosial, dan bukan hanya tidak adanya penyakit atau kelemahan. Hidup sehat dapat dipahami sebagai suatu kondisi yang terus berubah, di mana seseorang secara aktif menyesuaikan diri terhadap berbagai perubahan yang terjadi baik dari dalam diri maupun dari lingkungan sekitarnya guna menjaga kesehatannya. Faktor internal mencakup aspek-aspek seperti kondisi fisik, psikologis, spiritual, dan intelektual, sedangkan faktor eksternal mencakup kondisi sosial, ekonomi, dan fisik. Proses adaptasi ini menjadi bagian penting dalam upaya mempertahankan keseimbangan kesehatan. Oleh karena itu, hidup sehat merupakan hasil dari kemampuan individu untuk menanggapi dan menyesuaikan diri dengan perubahan guna mencapai kesejahteraan secara menyeluruh <sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Noorkasiani, et.,al. *Sosiologi Keperawatan* (Jakarta: EGC, 2007), hlm. 28

<sup>41</sup> Irma Muslimin dkk., *Teori Antropologi Kesehatan* (Medan: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), hlm. 13

Dengan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kesadaran hidup sehat adalah keadaan di mana individu secara penuh hadir dan sadar dalam menjalani kehidupannya, dengan memperhatikan keseimbangan antara tubuh, pikiran, emosi, sosial, dan spiritual. Dalam hal ini mencakup kemampuan untuk menyadari apa yang terjadi dalam diri dan lingkungan, serta mengambil keputusan secara sadar untuk menjaga dan meningkatkan kualitas hidup. Kesadaran hidup sehat tidak hanya tentang terbebas dari penyakit, tetapi juga tentang menjalani hidup dengan niat, perhatian, dan sikap positif yang mendukung kesehatan secara menyeluruh.

## **2. Dimensi atau aspek kesadaran hidup sehat**

Untuk melihat indikator kesadaran hidup sehat, terdapat beberapa dimensi atau aspek, yaitu :

### **a. Pengetahuan tentang kesehatan**

Pengetahuan tentang kesehatan mencakup pemahaman seseorang mengenai cara menjaga kesehatan. Dalam penelitian ini, pengetahuan kesehatan mencakup informasi tentang bagaimana mencegah munculnya berbagai jenis penyakit, baik penyakit ringan maupun penyakit yang bisa menjadi kronis jika tidak ditangani dengan tepat.

b. Sikap terhadap kesehatan

Sikap terhadap kesehatan adalah pandangan atau penilaian seseorang terhadap hal-hal yang berkaitan dengan menjaga kesehatannya. Dalam penelitian ini, sikap terhadap kesehatan mencakup bagaimana seseorang memilih, merencanakan, dan menilai upaya menjaga kesehatan, yang kemudian diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata

c. Praktik kesehatan

Praktik kesehatan atau perilaku hidup sehat merujuk pada berbagai aktivitas atau kebiasaan yang dijalankan oleh seseorang sebagai upaya untuk menjaga dan mempertahankan kesehatannya. Hal ini meliputi langkah-langkah dalam menangani penyakit menular dan tidak menular, mengatasi faktor-faktor yang dapat berdampak pada kesehatan, memanfaatkan layanan fasilitas kesehatan yang tersedia, serta melakukan tindakan pencegahan terhadap risiko kecelakaan.<sup>42</sup>

## **C. Dukungan Teman Sebaya**

### **1. Definisi Dukungan Teman Sebaya**

Dimasa remaja, akan menghadapi berbagai macam persoalan yang tidak dapat mereka selesaikan sendiri tanpa adanya

---

<sup>42</sup> Haidar Bagir, *Menjadi: Seni Membangun Kesadaran tentang Hidup Sehat dan Bahagia* (Bandung: Mizan Publika, 2022), hlm. 183

bimbingan dan dukungan dari orang-orang terdekatnya, sehingga membuat remaja berusaha untuk menggabungkan diri dengan teman sebayanya, oleh karena itu remaja lebih mudah untuk menerima dukungan teman sebayanya.<sup>43</sup> Menurut Cobb, dukungan sosial atau teman sebaya adalah keyakinan bahwa seseorang dicintai, dihargai, dan menjadi bagian dari jaringan komunikasi dan kewajiban timbal balik.<sup>44</sup> Menurut Sarafino, dukungan social atau teman sebaya dipahami sebagai pandangan individu terhadap adanya kebaikan, empati, pengertian, atau bantuan dari orang lain atau kelompok tertentu yang siap memberikan pertolongan saat diperlukan.<sup>45</sup>

Menurut J.House, dukungan social atau dukungan teman sebaya diartikan sebagai persepsi dan kenyataan bahwa seseorang dipedulikan, memiliki bantuan yang tersedia dari orang lain, dan bahwa ia merupakan bagian dari jaringan sosial yang mendukung.<sup>46</sup> Harrocks dan Benimoff berpendapat teman sebaya juga merupakan “dunia nyata kawula muda, yang menyiapkan panggung dimana ia dapat menguji diri sendiri dan orang lain”. Hal ini menggambarkan bahwa kelompok teman sebaya memiliki peran

---

<sup>43</sup> Nini Sari Wahyuni, “Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya dengan Kemampuan Bersosialisasi pada Siswi SMK 3 Medan,” *Jurnal Diversita* 2, no. 2 (Desember 2016).

<sup>44</sup> Kaswan, *Perubahan dan Pengembangan Organisasi* (Bandung: Yrama Widya, 2019), 36

<sup>45</sup> Edward P. Sarafino dan Timothy W. Smith, *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions*, ed. ke-7 (Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2011), 123.

<sup>46</sup> Delgado MY, Updegraff KA, Roosa MW, Umaña-Taylor AJ. Differential Impact of Types of Social Support in the Mental Health of Formerly Incarcerated Latino Men. *J Latina/o Psychol.* 2015;3(4):243–258. doi:10.1037/lat0000030.

yang sangat penting dalam perkembangan sosial dan emosional remaja.

Saat memasuki masa remaja, individu mulai mencari identitas diri dan merasa lebih nyaman berinteraksi dengan teman-teman seusianya dibandingkan dengan keluarga. Dalam lingkungan ini, remaja merasa lebih bebas mengekspresikan diri, mencoba peran-peran sosial baru, serta belajar berkomunikasi dan menyelesaikan konflik. Istilah “menyiapkan panggung” menggambarkan bahwa kelompok teman sebaya berfungsi sebagai arena atau tempat latihan untuk menghadapi kehidupan sosial yang lebih kompleks. Di sinilah remaja menguji kemampuan mereka sendiri, mengevaluasi pandangan serta perilaku orang lain, dan mendapatkan umpan balik atas sikap mereka. Dengan demikian, kelompok sebaya bukan hanya menjadi sarana hiburan atau pertemanan, melainkan juga wadah penting dalam pembentukan kepribadian, pengambilan keputusan, serta perkembangan identitas remaja.<sup>47</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa remaja sering menghadapi masalah yang sulit diatasi sendiri, sehingga mereka membutuhkan dukungan dari teman sebaya. Teman sebaya menjadi tempat yang mudah untuk berbagi dukungan, informasi, dan bantuan. Dukungan sosial ini memban memperkuat daya tahan dan mendukung kesehatan. Selain itu, teman sebaya juga berfungsi

---

<sup>47</sup> M. Shoffa Saifillah Al-Faruq dan Sukatin, *Psikologi Perkembangan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 209

sebagai tempat untuk menguji diri dan memperbaiki perilaku. Dengan demikian, teman sebaya memiliki peran penting dalam perkembangan remaja.

Adapun aspek-aspek dukungan teman sebaya menurut House, antara lain :

a. Dukungan emosional (Emotional support)

Dinyatakan dalam bentuk bantuan yang memberikan dukungan untuk memberikan kehangatan dan kasih sayang, memberikan perhatian, percaya terhadap individu serta pengungkapan simpati.

b. Dukungan penghargaan

Dukungan penghargaan dapat diberikan melalui penghargaan atau penilaian yang positif kepada individu, dorongan untuk maju dan semangat atau persetujuan mengenai ide atau pendapat individu serta melakukan perbandingan secara positif terhadap orang lain.

c. Dukungan instrumental (Tangible or Instrumental support)

Jenis bantuan sosial yang diberikan dalam bentuk bantuan nyata atau langsung, terutama yang bersifat praktis atau fisik. Dukungan ini biasanya ditujukan untuk membantu seseorang menyelesaikan tugas, mengatasi kesulitan, atau memenuhi kebutuhan sehari-hari.

d. Dukungan informasi (Informational support)

Dukungan informasi adalah salah satu bentuk dukungan sosial yang berfokus pada penyampaian pengetahuan, nasihat, saran, panduan, atau umpan balik yang bermanfaat bagi individu yang sedang mengalami masalah atau menghadapi situasi tertentu. Tujuan dari dukungan ini adalah untuk membantu individu membuat keputusan yang lebih baik, memahami situasi yang dihadapi, dan menemukan solusi yang tepat.

e. Dukungan jaringan sosial (Network support)

Dukungan ini mengacu pada dukungan integrasi sosial (*social integration support*), yaitu bentuk dukungan sosial yang diberikan dengan cara membantu seseorang merasa menjadi bagian dari suatu kelompok atau komunitas yang memiliki minat, nilai, atau aktivitas sosial yang sama.<sup>48</sup> Tujuan dari dukungan ini adalah untuk mengurangi perasaan kesepian, terasing, atau tersisih dalam lingkungan sosial yang positif.

## 2. Ciri-Ciri Teman Sebaya

Menurut Slamet Santosa ciri ciri teman sebaya yaitu:

- 1) Tidak mempunyai struktur, hal tersebut dikarenakan teman sebaya dibentuk secara alami oleh individu yang mempunyai umur yang sama, tetapi dari individu tersebut

---

<sup>48</sup> Nur Cahaya N, "Dukungan Teman Sebaya Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar," Jurnal Dakwah 12, no. 2 (2018):10-14

ada yang dijadikan pemimpin yang dapat disegani dan diayomi oleh teman-temannya.

- 2) Bersifat sementara karena tidak aturan atau norma yang mengikat
- 3) Memberikan pelajaran pada diri sendiri baik kebudayaan maupun sosial yang luas karena tanpa disadari, teman sebaya memberikan pengaruh yang baik pada perilaku seseorang baik itu di sekolah maupun di lingkungan yang berbeda sehingga mereka dapat masukkan ke dalam teman sebaya serta dapat saling belajar.
- 4) Mempunyai anggota yang berusia sama, memiliki tujuan dan keinginan yang sama.<sup>49</sup>

Sedangkan menurut Soetarno ciri ciri teman sebaya antara lain:

- a) Adanya motif yang sama.

Teman sebaya terbentuk karena memiliki motif yang sama. Motif yang sama ini menjadi pengikat agar setiap anggota tidak bekerja sendiri-sendiri melainkan bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

- b) Adanya sikap *In-Group* atau *Out-Group*

Jika sekelompok orang memiliki tugas yang sulit, mereka akan menunjukkan perilaku khusus. Jika orang lain di luar kelompok berperilaku seperti mereka, mereka akan menolak. Penolakan ini disebut out group. Sedangkan apabila kelompok

---

<sup>49</sup> *Ibid* (Hamzah & Setiawati, 2020), 21-22

manusia tersebut menunjukkan orang luar untuk membuktikan kesediaannya berkorban bersama dan solidaritasnya, maka menerima orang tersebut disebut sikap in group.

c) Adanya solidaritas.

Adanya solidaritas yang tinggi dalam kelompok tergantung pada keyakinan masing-masing anggota terhadap kemampuan anggotalain dalam melaksanakan tugasnya dengan baik. Pembagian tugas dalam kelompok sesuai dengan keterampilan masing-masing anggota dan keadaan tertentu akan memberikan hasil kerja yang baik.<sup>50</sup>

### 3. Fungsi Teman Sebaya

Di lingkungan teman sebaya mahasiswa bisa merupakan sahabat ataupun bukan sahabat. Tetapi dalam lingkungan teman sebaya pastilah terdapat sahabat. Fungsi teman sebaya menurut Santrock yaitu:

a. Persahabatan

Teman sebaya memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan remaja, terutama dalam mendampingi aktivitas sehari-hari seperti belajar, bermain, atau berbagi cerita. Kehadiran mereka memberikan rasa kebersamaan dan kenyamanan emosional yang penting bagi perkembangan sosial remaja. Selain menjadi teman beraktivitas, teman sebaya juga dapat menjadi tempat berbagi perasaan, memberikan

---

<sup>50</sup> *Ibid*, hal 21-22

dukungan moral, serta membantu remaja membangun kepercayaan diri dan keterampilan sosial. Dalam beberapa situasi, terutama ketika remaja merasa kurang mendapatkan perhatian atau pemahaman dari keluarga, teman sebaya bahkan dapat berfungsi sebagai pengganti peran keluarga dalam memberikan dukungan emosional.

b. Stimulasi

Dalam situasi kegagalan atau kesedihan yang dialami oleh sahabat atau teman sebaya, mereka berperan sebagai sumber dukungan emosional yang signifikan. Teman sebaya tidak hanya memberikan empati dan pengertian, tetapi juga berfungsi sebagai motivator yang mendorong individu untuk tetap mempertahankan semangat dan ketahanan mental. Selain itu, mereka turut membantu dalam proses pencarian solusi atas permasalahan yang dihadapi. Peran tersebut sangat penting karena dukungan dari teman sebaya dapat meningkatkan rasa percaya diri dan mempercepat proses pemulihan dari kesulitan yang dialami.

c. Dukungan Fisik

Adanya teman sebaya yang rela mengorbankan tenaga, waktu dan bantuannya dalam bentuk materi maupun moral kepada teman temannya dan mereka akan datang saat teman

sebayanya mengalami kesedihan, dan lingkungan teman sebaya tersebut juga saling memberikan dukungan fisik.<sup>51</sup>

d. Dukungan Ego

Seorang teman sebaya akan selalu mendukung ego yang membangkitkan semangat berani, meningkatkan perasaan menghargai dan menarik perhatian orang lain. Selain itu, interaksi sosial dengan teman sebaya juga dapat meningkatkan perasaan dihargai dan diterima, yang pada gilirannya memperkuat harga diri. Teman sebaya juga berperan dalam menarik perhatian dan pengakuan dari lingkungan sosial, sehingga individu merasa lebih termotivasi untuk berperilaku positif dan aktif dalam berbagai aspek kehidupan.

e. Perbandingan Sosial

Teman sebaya berperan aktif dalam interaksi sosial yang saling memberikan dukungan melalui pertukaran informasi dan kesempatan yang bermanfaat. Melalui komunikasi tersebut, mereka saling mengenal dan memahami berbagai aspek individu, seperti watak, kepribadian, minat, bakat, sifat, serta keterampilan yang dimiliki oleh masing-masing anggota kelompok. Proses ini tidak hanya mempererat hubungan sosial, tetapi juga memungkinkan pengembangan potensi diri melalui dukungan dan pemahaman bersama di antara teman sebaya.

---

<sup>51</sup> *Ibid.* hal 23

#### **D. Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel, yaitu variabel independen (X), variabel dependen (Y), dan variabel mediasi (Z), yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel independen (X) adalah variabel yang diduga memengaruhi atau menjadi penyebab timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, variabel yang berperan sebagai variabel independen adalah kesadaran hidup sehat.
2. Variabel dependen (Y) merupakan variabel yang terpengaruh oleh variabel independen atau menjadi akibat dari adanya perubahan pada variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel yang berperan sebagai variabel dependen adalah Keputusan pembelian produk halal
3. Variabel mediasi (Z) adalah variabel yang berfungsi sebagai perantara dalam hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel ini menjelaskan bagaimana atau mengapa hubungan antara kedua variabel tersebut dapat terjadi. Menurut Baron dan Kenny, suatu variabel dikatakan sebagai mediator yang efektif apabila ia mampu menjelaskan sebagian atau seluruh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, meskipun pengaruhnya tidak selalu lebih besar dari pengaruh

langsung.<sup>52</sup>Dalam penelitian ini, variabel yang berperan sebagai mediasi adalah dukungan teman sebaya.

#### **E. Dinamika Pengaruh Kesadaran Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Dengan Dukungan Teman Sebaya Sebagai Mediasi**

Kesadaran hidup sehat merupakan kondisi di mana individu memiliki pemahaman, perhatian, dan komitmen dalam menjalani gaya hidup yang mendukung kesehatan secara fisik maupun mental. Kesadaran ini tercermin dalam kebiasaan untuk memilih makanan bergizi, menghindari zat berbahaya, serta mempertimbangkan aspek spiritual dan moral dalam pola konsumsi sehari-hari. Dalam konteks mahasiswa Muslim, kesadaran hidup sehat tidak hanya mendorong individu untuk menjaga kesehatan tubuh, tetapi juga untuk mengonsumsi produk yang sesuai dengan prinsip kehalalan. Keputusan pembelian produk halal dalam hal ini merujuk pada tindakan konsumen dalam memilih produk yang telah terjamin kehalalannya, sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh ajaran Islam. Individu dengan tingkat kesadaran hidup sehat yang tinggi cenderung lebih selektif dalam menentukan produk yang dikonsumsi, termasuk memastikan bahwa produk tersebut halal dan aman bagi kesehatan.

Namun, pengaruh antara kesadaran hidup sehat dan keputusan pembelian produk halal tidak selalu bersifat langsung, melainkan dapat

---

<sup>52</sup> Baron, R.M., Dan Kenny, D.A. *The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research : Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations*. Journal Of Personality And Social Psychology, 51 (6), 1173-1182.

dipengaruhi oleh faktor sosial, salah satunya adalah dukungan teman sebaya. Dalam kehidupan mahasiswa, teman sebaya sering kali menjadi kelompok yang memiliki pengaruh kuat terhadap pola pikir dan perilaku, termasuk dalam pengambilan keputusan konsumsi. Dukungan teman sebaya dapat memberikan penguatan secara emosional maupun normatif terhadap individu untuk tetap konsisten dalam menjalani pola hidup sehat dan membuat keputusan pembelian yang sesuai dengan nilai agama. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kesadaran hidup sehat ditetapkan sebagai variabel bebas, keputusan pembelian produk halal sebagai variabel terikat, dan dukungan teman sebaya sebagai variabel mediasi yang berperan menjembatani hubungan di antara keduanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kesadaran hidup sehat dapat memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih dan membeli produk halal, dengan mempertimbangkan peran dukungan teman sebaya sebagai faktor perantara. Hubungan antara ketiga variabel tersebut mencerminkan dinamika perilaku konsumen yang terbentuk dari interaksi antara faktor personal dan sosial secara simultan. Dengan menyertakan dukungan teman sebaya sebagai mediasi, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana kesadaran hidup sehat membentuk perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Kediri, sehingga mereka terdorong untuk menjalani gaya hidup yang sehat, bertanggung jawab, serta konsisten dalam mengambil keputusan pembelian yang sesuai dengan prinsip kehalalan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti merasa tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai dinamika pengaruh

kesadaran hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk halal dengan dukungan teman sebaya sebagai variabel mediasi

## F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, Dimana rumusan masalah peneliti telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta bukti yang menyakinkan yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>53</sup> Maka penelitian dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. a.  $H_0$ = Tidak terdapat pengaruh positif antara kesadaran hidup sehat dengan keputusan pembelian produk halal
- b.  $H_1$ = Terdapat pengaruh positif antara kesadaran hidup sehat dengan keputusan pembelian produk halal
2. a.  $H_0$ = Tidak terdapat pengaruh positif kesadaran hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk halal dengan dukungan teman sebaya sebagai mediasi.
- b.  $H_2$ = Terdapat pengaruh kesadaran hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk halal dengan dukungan teman sebaya sebagai mediasi.

---

<sup>53</sup> Yahdi Kusnadi dan Mutoharoh, "Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online terhadap Jumlah Pendaftar di Sekolah Dasar Negeri Jakarta," *Paradigma* 18, no. 2 (September 2016): 91.