

Faktor Determinan Preferensi Konsumen terhadap Produk Obat-Obatan yang Berlabel Halal dan Tidak Berlabel Halal (Studi Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Barebbo)

¹Tiara Ratri Adryani, ²Otong Karyono, ³Hasni
¹²³Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone

E-mail: tiararatri0708@gmail.com otong.karyono@iain-bone.ac.id
hasni.abdsalam@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai faktor determinan preferensi konsumen terhadap produk obat-obatan yang berlabel halal dan tidak berlabel halal pada kelompok ibu rumah tangga. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana faktor determinan preferensi konsumen terhadap produk obat-obatan yang berlabel halal dan tidak berlabel halal. Penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif dalam pengumpulan data penelitian tentang prediksi keputusan pembelian terhadap produk obat-obatan yang berlabel halal dan tidak berlabel halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Preferensi konsumen terhadap obat berlabel halal memiliki pengaruh signifikan, didorong oleh pengetahuan, keyakinan agama, dan pemahaman tentang pentingnya kehalalan dalam kesehatan. Di sisi lain, preferensi terhadap obat tanpa label halal tetap ada, meski lebih rendah, karena keterbatasan produk halal, kurangnya pemahaman, dan kebutuhan mendesak yang mengutamakan efektivitas obat. Produsen perlu meningkatkan kualitas, ketersediaan, dan edukasi mengenai produk halal. Konsumen juga harus lebih aktif dalam mempertimbangkan aspek kehalalan saat memilih obat.

Kata kunci : *Preferensi Konsumen, Produk Obat-Obatan, Label Halal*

ABSTRACT

This study examines the determining factors of consumer preferences for pharmaceutical products with and without halal labels among housewives. The research aims to understand how these determining factors influence consumer preferences for halal-labeled and non-halal-labeled pharmaceutical products. A quantitative approach was used to collect data on the prediction of purchasing decisions for these products. The results show that consumer preference for halal-labeled medicine has a significant influence, driven by knowledge, religious beliefs, and an understanding of the importance of halal certification in healthcare. On the other hand, preference for non-halal-labeled medicine still exists, albeit at a lower level, due to the limited availability of halal products, lack of awareness, and urgent needs that prioritize drug effectiveness. Manufacturers need to improve the quality, availability, and education regarding halal products. Consumers should also be more proactive in considering the halal aspect when choosing medicine.

Keyword : *Consumer Preference, Pharmaceutical Products, Halal Label*

1. PENDAHULUAN

Industri halal telah mengalami kemajuan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk industri obat-obatan. Industri farmasi halal, yang mengikuti ketentuan jaminan produk halal sesuai syariat Islam dalam setiap tahapan produksi, pemasaran, distribusi, penyimpanan, rantai pasokan, dan pengembangan, terus berkembang. Diperkirakan bahwa industri obat-obatan halal akan terus berkembang seiring dengan peningkatan produksi menggunakan bahan-bahan halal. Produk obat halal harus terbebas dari kandungan babi dan alkohol, baik dari bahan baku yang digunakan maupun selama proses pembuatannya.(Jaidatul, 2019)

Tingginya perhatian terhadap produk halal di pasar global atau luar negeri oleh negara-negara minoritas Muslim bertujuan untuk memastikan keamanan bagi konsumen Muslim di seluruh dunia. Ini dilakukan karena jumlah populasi Muslim secara global mencapai 1,84 miliar pada tahun 2017 dan diperkirakan akan terus meningkat dalam jangka panjang, diharapkan mencapai 27,5% dari total populasi pada tahun 2023. Pada tahun 2018, penggunaan total oleh umat Islam di seluruh dunia mencapai USD 2,2 triliun, atau sekitar 0,27% dari Produk Domestik Bruto global. Ini mencakup berbagai sektor keuangan halal, termasuk makanan dan minuman, serta produk obat dan kosmetik.(Harahap, Publisher, and Soleh 2023)

Dalam upaya manajemen halal yang dipromosikan oleh Kementerian BPPN melalui *Masterplan* Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, konsep halal *by design* menjadi fokus utama. Konsep ini mengacu pada prinsip-prinsip Islam tentang produksi dan pengolahan barang yang harus halal dan thoyyib. Pendekatan ini memiliki potensi untuk menjadi paradigma baru dalam industri global dengan memperhatikan kedua prinsip tersebut. Diharapkan bahwa

dengan memperhatikan aspek halal dan thoyyib, dapat menciptakan konsep pertumbuhan ekonomi yang juga berorientasi pada pembangunan yang berkelanjutan.(Ach. Syahrir, Abdul Rahem 2019)

Peluang dan potensi besar dalam industri farmasi halal perlu dimaksimalkan. Namun, minat dan permintaan masyarakat terhadap produk farmasi halal di Indonesia tidak sejalan dengan ketersediaannya. Masalahnya terletak pada kurangnya jumlah obat generik yang memiliki logo atau sertifikasi halal di pasaran. Dari sekitar 19.483 produk farmasi yang terdaftar di BPOM pada tahun 2022, hanya sekitar 2.586 di antaranya yang memiliki sertifikasi halal.(Nurmaya Adianti and Ayuningrum 2023) Hal ini menciptakan situasi yang ironis, di mana negara-negara dengan populasi non-Muslim yang kecil seperti Jepang, Korea Selatan, dan Australia sedang mengembangkan industri farmasi halal dengan merilis obat-obatan yang telah disertifikasi halal. (Hakim and Anggraeni, 2023)

Konsumen yang memiliki pemahaman agama yang baik cenderung lebih aktif dan selektif dalam memilih barang yang akan dibelinya, termasuk dalam hal kehalalan produk seperti obat-obatan. Produk obat memiliki peran penting dalam kesehatan manusia, oleh karena itu penting bagi konsumen untuk memilih dengan bijaksana agar tidak berdampak buruk pada kesehatan di kemudian hari. Karena itu, konsumen disarankan untuk memilih produk yang mengandung bahan-bahan yang baik dan halal. Produk yang terjamin kehalalannya cenderung lebih aman karena dipastikan mengandung bahan-bahan yang bermanfaat bagi tubuh.(Setiawan, Setyowati, and Tripuspitorini 2020)

Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) sering digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dan perilaku pembelian konsumen terhadap suatu

produk tertentu. Teori ini menyatakan bahwa sebuah tindakan dimulai dengan niat, yang dipengaruhi oleh tiga faktor internal utama: sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku. Sikap mencakup evaluasi positif atau negatif terhadap produk tersebut, norma subjektif mencerminkan pandangan individu tentang apakah orang-orang penting bagi mereka mendukung atau menentang perilaku tersebut, sedangkan persepsi kendali perilaku mengacu pada keyakinan individu tentang kemampuannya untuk melakukan atau mengendalikan perilaku tersebut. (Edris 2020)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Theory of Planned Behavior* untuk meneliti faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap niat pembelian obat-obatan berlabel halal. Penelitian ini berdasarkan asumsi bahwa cara orang membeli obat adalah hasil dari pemikiran yang disadari, bukan keputusan yang tiba-tiba atau impulsif. Selain itu, penelitian ini memusatkan perhatian pada faktor-faktor internal yang memengaruhi niat pembelian, yang berarti bahwa faktor-faktor tersebut termasuk dalam domain pikiran individu. (Mursal 2020) Meskipun harga dianggap sebagai faktor penting dalam teori ekonomi klasik, Dalam penelitian ini, harga dianggap sebagai bagian dari cara konsumen melihat dan memahami produk, yang sudah menjadi bagian dari pemikiran mereka. Hal ini mengacu pada cara di mana harga tercermin dalam evaluasi subjektif konsumen terhadap produk, misalnya apakah mereka menyukai produk tersebut dengan harga yang ada, atau apakah harga tersebut membuat mereka merasa mampu atau tidak mampu untuk membeli produk.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami preferensi konsumen terhadap produk obat-obatan yang berlabel halal dan tidak berlabel halal di Kecamatan Barebbo, khususnya di kalangan ibu rumah tangga. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen, agar dapat

dikembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mendukung pengembangan produk obat-obatan halal sesuai dengan nilai-nilai konsumen Muslim dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemilihan produk yang sesuai dengan nilai agama. Implikasi kebijakan yang relevan juga diharapkan dapat ditemukan untuk mendukung pertumbuhan industri obat-obatan halal di wilayah Kecamatan Barebbo.

2. LANDASAN TEORI

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen memiliki definisi sebagai selera subjektif (individu), yang diukur dari manfaat yang diperoleh dari berbagai macam produk. (Fitra Analia, Abdul Wahab, and Rahman Ambo Masse 2023) Preferensi dipandang sebagai sikap individu terhadap serangkaian objek yang merangsang perilaku seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Preferensi konsumen dapat diukur dari tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari konsumsi berbagai jenis produk. Menurut (Ronauli & Indriani, 2020) faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen meliputi pengetahuan, kelompok referensi, kualitas, dan persepsi terhadap harga. (Ronauli and Indriani 2020)

Preferensi konsumen adalah preferensi subjektif yang dimiliki oleh individu terhadap konsumsi suatu produk atau layanan, yang diukur berdasarkan tingkat kegunaan yang dirasakan. Teori ini memberikan kekuasaan kepada konsumen untuk memberikan penilaian terhadap produk atau layanan yang mereka konsumsi, tanpa adanya ketergantungan pada pendapatan atau harga. Artinya, kemampuan finansial untuk membeli barang tidak secara langsung memengaruhi preferensi konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi individu terhadap produk atau layanan tersebut. (Reny Andriyanty and Dodi Wahab, 2019)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang di kemukakan oleh Ajzan dan Fishbein (1991) menyatakan bahwa perilaku seseorang dipicu oleh niat untuk bertindak. TPB fokus pada perilaku spesifik seseorang, namun juga relevan untuk perilaku secara umum. Niat seseorang dapat diprediksi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*). Sikap terhadap perilaku mengacu pada penilaian keseluruhan seseorang mengenai positif atau negatifnya melakukan suatu perilaku tertentu. Norma subjektif adalah kepercayaan seseorang tentang harapan orang lain yang dianggap penting mengenai apakah dia harus melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Persepsi pengendalian diri adalah pandangan seseorang tentang kemampuannya untuk melakukan suatu perilaku tertentu. (Nazarudin and Syad 2023)

Obat-Obatan yang Berlabel Halal dan tidak Berlabel Halal

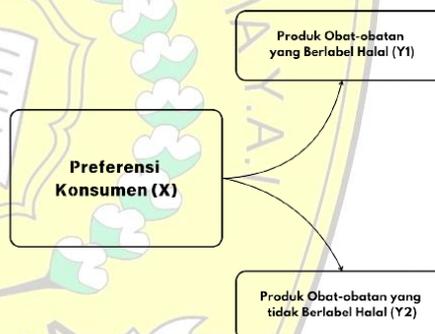
Halal adalah segala sesuatu yang dihalalkan oleh Allah dan RasulNya dalam al-Quran maupun hadis baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip, yang diperintahkan Allah atau RasulNya, tidak dilarang, tidak membahayakan, atau sesuatu yang didiamkan Allah dan RasulNya. Sedangkan haram adalah sesuatu yang dilarang oleh Allah. (Yelvita 2022) Haram adalah segala sesuatu yang diharamkan Allah dan RasulNya dalam al-Quran maupun hadis baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip, yang dilarang Allah atau RasulNya, tidak dianjurkan, membahayakan, atau yang tidak pernah didiamkan Allah dan RasulNya. (Rahmadani, 2020)

Beberapa contoh obat-obatan yang mengandung bahan non-halal adalah sebagai berikut:

- (a) Insulin, yang tersedia dalam beberapa jenis seperti *regular human insulin, analog rapid acting insulin, neutral protamin insulin, dan long-acting analog*, digunakan untuk mengontrol kadar glukosa pada pasien diabetes tipe 1 dan 2. Insulin awalnya berasal dari ekstrak pankreas anjing, tetapi saat ini juga ada yang berasal dari sapi, babi, dan *insulin rekombinan* manusia.
- (b) Heparin, merupakan *antikoagulan* yang digunakan untuk mencegah pembekuan darah dan meningkatkan sirkulasi darah. Salah satu bahan pembentuk *heparin* dapat berasal dari babi atau sapi. (Iltiham and Nizar 2020)

Kerangka Pikir

Gambar 1.
Kerangka Pikir



Pengajuan Hipotesis :

H0: Tidak Terdapat pengaruh antara faktor determinan preferensi konsumen terhadap pembelian produk obat-obatan yang berlabel halal dan tidak berlabel halal di kalangan ibu rumah tangga di Kecamatan Barebbo.

H1: Terdapat pengaruh antara faktor determinan preferensi konsumen terhadap pembelian produk obat-obatan yang berlabel halal dan tidak berlabel halal di kalangan ibu rumah tangga di Kecamatan Barebbo.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei lapangan untuk menganalisis

preferensi konsumen terhadap produk obat-obatan berlabel halal dan tidak berlabel halal di Kecamatan Barebbo. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada ibu rumah tangga sebagai responden, sedangkan data sekunder berasal dari dokumentasi dan referensi terkait. Penentuan sampel menggunakan teknik *proporsional random sampling*, dengan jumlah 200 responden yang dianalisis menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan aplikasi *SmartPLS*. Pengujian data meliputi uji validitas, reliabilitas, dan analisis hipotesis guna mengevaluasi hubungan antara variabel independen (preferensi konsumen) dan variabel dependen (keputusan pembelian obat halal dan non-halal). Model analisis dilakukan dengan *Partial Least Square (PLS)* untuk menguji pengaruh antar variabel serta mengidentifikasi faktor dominan yang memengaruhi keputusan konsumen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

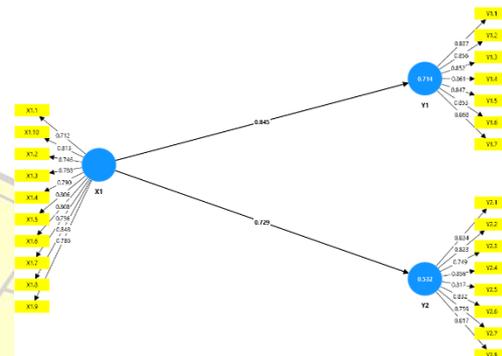
(a) Statistik Deskriptif

Distribusi responden di Kecamatan Barebbo menunjukkan bahwa wilayah Apala memiliki frekuensi responden tertinggi (24%), sedangkan Kading memiliki kontribusi terkecil (2%), mencerminkan variasi geografis dalam preferensi konsumen terhadap produk obat-obatan berlabel halal dan tidak berlabel halal. Mayoritas responden berada pada rentang usia 40-49 tahun (55%), menunjukkan bahwa kelompok usia paruh baya memiliki keterwakilan dominan dan kemungkinan lebih sadar akan pentingnya label halal dalam keputusan pembelian. Dari segi pendidikan, sebagian besar responden memiliki pendidikan menengah (32,5%), sementara hanya 17,5% yang berpendidikan tinggi, yang dapat memengaruhi tingkat akses dan pemahaman mereka terhadap informasi mengenai produk halal. Data ini menjadi dasar penting dalam menganalisis hubungan antara faktor demografis—

lokasi, usia, dan pendidikan—dengan preferensi konsumen di Kecamatan Barebbo.

(b) Uji Model Outer

Gambar 2. Pengujian Outer Model



Convergent Validity

Hasil uji *convergent validity* menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel Preferensi Konsumen (X), Produk Obat-obatan yang Berlabel Halal (Y1), dan Produk Obat-obatan yang Tidak Berlabel Halal (Y2) memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, sehingga memenuhi kriteria validitas. Pada variabel Preferensi Konsumen (X), nilai *outer loading* berkisar antara 0,712 hingga 0,848, dengan indikator X.8 sebagai yang tertinggi (0,848), menunjukkan kontribusi terbesar dalam menjelaskan preferensi konsumen. Untuk variabel Produk Obat-obatan yang Berlabel Halal (Y1), nilai *outer loading* berkisar 0,837 hingga 0,868, dengan indikator Y1.7 sebagai yang tertinggi (0,868), mengindikasikan bahwa persepsi konsumen terhadap produk halal dapat diukur dengan baik. Sementara itu, pada variabel Produk Obat-obatan yang Tidak Berlabel Halal (Y2), nilai *outer loading* berkisar 0,749 hingga 0,856, dengan indikator Y2.4 sebagai yang tertinggi (0,856). Meskipun terdapat indikator dengan nilai mendekati batas bawah, semua indikator masih valid. Dengan demikian, seluruh indikator memiliki validitas yang baik dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Discriminant Validity

Hasil uji validitas diskriminan berdasarkan kriteria *Fornell-Larcker* menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki keunikan dalam mengukur konstruksya. Nilai akar kuadrat AVE untuk Preferensi Konsumen (X) sebesar 0,786, Produk Obat-obatan yang Berlabel Halal (Y1) sebesar 0,854, dan Produk Obat-obatan yang Tidak Berlabel Halal (Y2) sebesar 0,812, yang semuanya lebih besar dari nilai korelasi antarvariabelnya. Hal ini menegaskan bahwa setiap variabel memiliki perbedaan yang jelas dan tidak saling tumpang tindih, sehingga validitas diskriminan terpenuhi. Dengan demikian, hasil ini memperkuat keandalan data dalam analisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk obat-obatan di Kecamatan Barebbo.

Uji Reliabilitas

Tabel 1.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (Rho_A)	Composite Reliability (Rho_C)	Average Variance Extracted (AVE)
X	0,931	0,934	0,942	0,618
Y1	0,938	0,938	0,949	0,729
Y2	0,926	0,93	0,939	0,659

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas yang baik, dengan nilai *AVE* > 0,5, *Composite Reliability* > 0,7, dan *Cronbach's Alpha* > 0,6. Variabel Preferensi Konsumen (X) memiliki *Cronbach's Alpha* 0,931, *Composite Reliability* 0,942, dan *AVE* 0,618, menunjukkan konsistensi internal yang tinggi. Begitu pula variabel Produk Obat-obatan yang Berlabel Halal (Y1) dengan *Cronbach's Alpha* 0,938, *Composite Reliability* 0,949, dan *AVE* 0,729, serta variabel Produk Obat-obatan yang Tidak Berlabel Halal (Y2) dengan *Cronbach's Alpha* 0,926, *Composite Reliability* 0,939, dan *AVE* 0,659.

(c) Uji Inner Model

R-Square

Hasil uji *R-Square* menunjukkan bahwa model penelitian mampu

menjelaskan 71,4% variasi preferensi konsumen terhadap produk obat-obatan berlabel halal (Y1) dan 53,2% terhadap produk yang tidak berlabel halal (Y2).

Model Fit

Hasil uji model fit menunjukkan bahwa model saturasi memiliki nilai SRMR lebih rendah (0,055) dibandingkan model estimasi (0,079), menandakan kecocokan data yang lebih baik, meskipun model estimasi masih dalam batas yang dapat diterima (<0,08). Peningkatan nilai pada *d_ULS* (0,982 → 2,018) dan *d_G* (0,603 → 0,683) menunjukkan sedikit perbedaan antar model, sementara *Chi-square* meningkat dari 655,362 menjadi 711,144. Meskipun NFI sedikit menurun (0,848 → 0,835), model estimasi tetap layak digunakan karena masih berada dalam batas yang diterima.

Pengujian Hipotesis

Tabel 2.
Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X -> Y1	0.845	0.847	0.019	45.142	0.000
X -> Y2	0.729	0.732	0.039	18.498	0.000

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Preferensi Konsumen (X) berpengaruh signifikan terhadap Produk Obat-obatan Berlabel Halal (Y1) dan Tidak Berlabel Halal (Y2). Pengaruh terhadap Y1 memiliki koefisien jalur 0,845, *T-statistics* 45,142, dan *P-value* 0,000, menandakan hubungan positif yang kuat—semakin tinggi preferensi konsumen, semakin besar kecenderungan memilih produk berlabel halal. Sementara itu, pengaruh terhadap Y2 memiliki koefisien jalur 0,729, *T-statistics* 18,498, dan *P-value* 0,000, menunjukkan bahwa preferensi juga memengaruhi pilihan produk tidak berlabel halal, meskipun dengan tingkat yang lebih rendah.

Tabel 3.
Perbandingan

Produk Obat-Obatan yang Berlabel Halal	Produk Obat-Obatan yang Tidak Berlabel Halal
0,845	0,729

Dari tabel diatas menunjukkan perbandingan antara produk obat-obatan yang berlabel halal dan tidak berlabel halal, dimana produk obat-obatan yang berlabel halal memiliki pengaruh yang lebih besar dengan koefisien jalur sebesar 0,845. Sedangkan produk obat-obatan yang tidak berlabel halal menunjukkan koefisien jalur sebesar 0,729. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen lebih condong kepada produk obat-obatan yang berlabel halal.

Pembahasan

Hubungan Antara Preferensi Konsumen dan Produk Obat-obatan Berlabel Halal di Kalangan Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Barebbo

Hasil uji menunjukkan bahwa Preferensi Konsumen (X) berpengaruh signifikan terhadap Produk Obat-obatan Berlabel Halal (Y1), menegaskan bahwa pemahaman dan edukasi mengenai label halal memainkan peran penting dalam keputusan pembelian. Preferensi ini dipengaruhi oleh pengetahuan, keyakinan, dan sikap konsumen, di mana konsumen yang lebih memahami konsep halal cenderung memilih produk yang memenuhi standar syariah. Penelitian sebelumnya oleh Islina Dewi Purnami dkk. serta Chilmia Nurul Fatihah dkk. mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa label halal meningkatkan selektivitas konsumen dalam memilih produk obat. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya mengonsumsi produk halal, sebagaimana ditegaskan dalam Surah Al-Ma'idah ayat 3. Konsumen Muslim lebih memilih produk berlabel halal karena dianggap

lebih aman dan sesuai dengan prinsip agama. Namun, meskipun preferensi terhadap obat halal tinggi, masih ada konsumen yang memilih produk tanpa label halal karena keterbatasan pilihan atau kurangnya pemahaman, menandakan perlunya peningkatan literasi halal untuk mempersempit kesenjangan dalam pemahaman konsumen terhadap produk kesehatan.

Hubungan Antara Preferensi Konsumen dan Produk Obat-obatan yang Tidak Berlabel Halal di Kalangan Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Barebbo

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap pemilihan produk obat-obatan, baik yang berlabel halal maupun tidak berlabel halal, meskipun pengaruhnya lebih besar terhadap produk berlabel halal. Tingginya nilai *t-statistics* dan *P-value* yang mendekati nol menegaskan bahwa hubungan ini tidak terjadi secara kebetulan. Meskipun mayoritas konsumen Muslim lebih memilih produk halal, sebagian tetap memilih produk tanpa label halal karena keterbatasan ketersediaan, kurangnya pemahaman, atau kebutuhan mendesak. Hal ini sejalan dengan penelitian Arief Helmi dan Vita Sarasi yang menunjukkan bahwa preferensi terhadap produk non-halal dipengaruhi oleh faktor kualitas dan harga. Dalam Islam, prinsip memilih yang halal ditekankan dalam QS. Al-Baqarah ayat 168, yang mengingatkan umat Muslim untuk mengonsumsi makanan dan produk yang halal dan baik. Temuan penelitian ini juga menegaskan bahwa edukasi mengenai kehalalan produk berperan penting dalam keputusan pembelian, di mana label halal menjadi faktor pembeda utama dalam preferensi konsumen terhadap obat-obatan.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- (a) Preferensi konsumen berpengaruh terhadap pemilihan produk obat berlabel halal, Ini membuktikan bahwa semakin tinggi preferensi konsumen terhadap produk halal, semakin besar kemungkinan mereka memilih obat-obatan yang memiliki sertifikasi halal.
- (b) Preferensi Konsumen tetap berpengaruh terhadap pemilihan obat yang tidak berlabel halal, meskipun dalam tingkat yang lebih rendah dibandingkan dengan obat berlabel halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ach. Syahrir, Abdul Rahem, Adistiar Prayoga. 2019. "Perilaku Apoteker Terhadap Labelisasi Halal Pada Sediaan Farmasi Pharmacist." 26.
- Andriyanty, Reny, and Dodi Wahab. 2019. "Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri." *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)* 7(2):280–96. doi: 10.29313/ethos.v7i2.4694.
- Binti Muhammad, Jaidatul fikri. 2019. "Makanan, Obat-Obatan Serta Kosmetik Ilegal Dalam Efektivitas Hukum Islam Dan Uujph Di Aceh." *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-Undangan, Ekonomi Islam* 11(1):23–43. doi: 10.32505/jurisprudensi.v11i1.1061.
- Edris, Mochamad. 2020. "Analisis Perilaku Pembelian Obat-Obatan Halal." *Journal of Management and Business Review* 17(2):155–65.
- Fitra Analia, Abdul Wahab, and Rahman Ambo Masse. 2023. "Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi: Syariah Fair Pricing Mechanism In Sharia Economy." *JEPA: Journal of Economic, Public, and Accounting* 5(2):154–63.
- Hakim, Ummu Habibah, and Fani Anggraeni. 2023. "Industri Farmasi Dalam Kajian Produk Halal: Pendekatan Systematic Literature Review." *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics* 2(2):171–90. doi: 10.35878/jiose.v2i2.901.
- Harahap, M. Guffar, Barokah Publisher, and Oleh Soleh. 2023. *Industri Halal Di Indonesia*.
- Iltiham, Muhammad Fahmul, and Muhammad Nizar. 2020. "Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh - Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian." Mursal. 2020. "Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah." *Jurnal Perspektif Ekkonomi Darussalam* 1(1):75–84.
- Nazarudin, Hamzah, and Anastasia Imelda Syad. 2023. "Penerapan Teori Planned of Behavior Untuk Memprediksi Niat Berkunjung Pada Obyek Wisata Kabupaten Lembata Di Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 8(1):104–10.
- Nurmaya Adianti, Siti, and Febrima Ayuningrum. 2023. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." *Jurnal Al-Fatih Global Mulia* 5(1):45–56. doi: 10.59729/alfatih.v5i1.60.
- Rahmadani, Gema. n.d. "Halal Dan Haram Dalam Islam." 20–26.
- Ronauli, Laura Natalia, and Farida

Indriani. 2020. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Obat Generik (Studi Pada Konsumen Di Apotek Kimia Farma Pandanaran Kota Semarang)." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 19(3):159–74. doi: 10.14710/jspi.v19i3.172-187.

Setiawan, Setiawan, Diharpi Herli Setyowati, and Fifi Afiyanti Triuspitorini. 2020. "Dimensi Risiko Bagi Konsumen Dalam Membeli Produk Halal." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 4(1):32–40. doi: 10.29313/amwaluna.v4i1.5220.

Yelvita, Feby Sri. 2022. "E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2(8.5.2017):2003–5.

