



---

## Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

Monang Hasintongan

Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia

Email: [mhasintongan@magister.ciputra.ac.id](mailto:mhasintongan@magister.ciputra.ac.id)

\*Correspondence

### ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya tren penggunaan produk halal secara global, perdagangan produk obat halal juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Terutama di negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, termasuk Indonesia. Sejalan dengan fenomena tersebut, pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan/regulasi terkait yang dapat dijadikan sebagai payung hukum sistem jaminan produk halal di Indonesia. Konsumen yang beragama Islam umumnya mengandalkan label halal pada kemasan produk yang mereka beli sebagai bentuk jaminan dari status kehalalan produk, termasuk obat-obatan. Dengan demikian, label halal menjadi salah satu faktor yang berpengaruh bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Selain label halal, kualitas pelayanan merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana label halal, dan kualitas pelayanan dapat memberikan pengaruh pada konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk obat pada pelanggan PT Putera Saka Anugerah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yang merupakan sebuah metode non-random sampling terhadap pelanggan PT Putera Saka Anugerah. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan goggle form dengan skala Likert 1 samapai 5 kepada 162 responden yang telah ditentukan selama 1 bulan. Selanjutnya data akan dianalisis dengan instrument SEM-PLS untuk melihat informasi dan tanggapan responden terhadap pengaruh label halal, dan kualitas pelayanan yang diberikan penjual terhadap pengambilan keputusan pembelian produk obat yang beredar. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel label halal dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk obat oleh pelanggan PT Putera Saka Anugerah.

**Keywords:** label halal, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the relationship between sleep quality and stress levels among nurses at Bhakti Medicare General Hospital, Sukabumi Regency. The research employed a quantitative approach with a cross-sectional design. Data were collected using questionnaires from 66 nurse respondents. Data analysis was conducted using chi-square tests. The findings revealed that 83.3% of nurses had poor sleep quality, while 68.2% experienced moderate stress levels. Bivariate analysis showed a significant relationship between sleep quality and stress levels ( $p = 0.000$ ). Nurses with poor sleep quality were more likely to experience moderate to severe stress levels. The study concludes that poor sleep quality significantly correlates with increased stress levels. This research provides insights for hospital management to improve nurse well-being through better workload management and work environment enhancement.*

**Keywords:** sleep quality, stress levels, nurses.

---

## **PENDAHULUAN**

Industri produk halal merupakan sektor yang sangat menjanjikan di tingkat global. Nilai pasar global produk pangan halal pada tahun 2023 mencapai USD 2,447.44 triliun dan diperkirakan akan meningkat menjadi USD 4,569.69 triliun pada tahun 2030 (Research and markets, 2024). Namun demikian, minat produk halal tidak hanya terbatas pada komoditi pangan saja, melainkan juga pada barang gunaan seperti produk Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga (PKRT), sandang, kosmetik, obat, hingga alat kesehatan.

Selain makanan, obat merupakan komoditi yang tidak kalah penting yang diperlukan oleh masyarakat dalam upaya pemeliharaan kesehatan (promotif), pencegahan penyakit (preventif), penyembuhan penyakit (kuratif), hingga pemulihan kesehatan (rehabilitatif).

Indonesia merupakan salah satu dari 10 negara dengan populasi umat Islam terbesar di dunia, dimana sekitar 247 juta jiwa atau 86.7% penduduknya beragama Islam (World population review, 2024). Hal ini menunjukkan Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi besar untuk menjadi target pasar produk halal, baik dari pasar domestik maupun pasar global, karena jumlah demografi penduduknya yang mayoritas beragama Islam (Nasution, 2020). Pernyataan tersebut dibenarkan oleh peneliti lainnya bahwa Indonesia menjadi konsumen terbesar terkait produk halal pada pasar internasional (Al Umar et al., 2021).

Sejalan dengan hal tersebut, pemerintah telah menerbitkan regulasi sebagai payung hukum produk halal yakni Peraturan Pemerintah nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Pada peraturan tersebut telah ditetapkan penahapan kewajiban sertifikat halal bagi produk makanan dan minuman, kosmetik, obat tradisional atau Obat Bahan Alam (OBA), obat kuasi, suplemen kesehatan, obat (obat bebas, obat bebas terbatas, dan obat keras), hingga barang gunaan seperti kategori PKRT, sandang, dan aksesoris, hingga alat kesehatan.

Menurut Peraturan Pemerintah nomor 39 tahun 2021, produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Label halal dapat dicantumkan pada kemasan sebagai tanda kehalalan suatu produk.

Label halal menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Al Umar et al., 2021). Hasil penelitian lainnya menyatakan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen (Rozjiqin & Ridlwan, 2022).

Selain label halal, faktor lainnya juga yang dapat memengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual. Menurut penelitian (Ayu et al., 2023) kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada peningkatan pembelian karena berkesinambungan secara langsung terhadap konsumen. Tidak terkecuali pada produk obat.

Sebagai komoditi yang high regulated pengelolaan produk obat mulai dari proses produksi, penyimpanan, dan penyalurannya diatur oleh banyak sekali regulasi. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan nomor 14 tahun 2021, penyaluran obat kepada masyarakat hanya bisa dilakukan oleh Pedagang Besar Farmasi (PBF) obat melalui fasilitas pelayanan kefarmasian yang memiliki izin resmi seperti instalasi farmasi rumah sakit (IFRS), puskesmas, klinik, apotek, dan toko obat.

PT PSA merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi obat atau PBF yang berlokasi di DKI Jakarta. Pelanggan PT PSA terdiri dari fasilitas distribusi (PBF) dan fasilitas pelayanan kefarmasian seperti IFRS, apotek dan toko obat di wilayah DKI Jakarta.

---

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

Terbitnya PP nomor 39 tahun 2021 tentang label halal pada produk obat diduga mempengaruhi keputusan pembelian pada masyarakat dan meningkatkan penjualan yang dialami PT PSA yang cukup signifikan. Hal ini terlihat dari data penjualan PT PSA pada periode tahun 2021-2023, dimana terdapat peningkatan penjualan produk obat. Penelitian bertujuan untuk melihat apakah peningkatan penjualan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan label halal pada produk.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

## METODE

Metode yang digunakan untuk penelitian ini dilakukan secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sebuah penyelidikan tentang masalah sosial berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variabel-variabel, diukur dengan angka, dan dianalisis dengan prosedur statistik untuk menentukan apakah generalisasi prediktif teori tersebut benar.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Menurut (Lenaini, 2021) *purposive sampling* merupakan sebuah metode *non-random sampling* dimana periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset.

Penelitian ini dilakukan pada PT Putera Saka Anugerah yang berlokasi di Jl. Perintis Kemerdekaan No.10 Blok 11. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini adalah berdasarkan pertimbangan efektivitas dan efisiensi waktu bagi peneliti. PT Putera Saka Anugerah merupakan distributor obat yang menyalurkan produk obat ke rumah sakit, apotek, klinik dan toko obat.

Adapun responden-responden yang akan menjawab kuesioner pada penelitian ini sudah ditetapkan, yakni apoteker dan tenaga teknis kefarmasian. Pemilihan/penentuan responden ini dilakukan pada pelanggan PTS PSA yang merupakan fasilitas pelayanan kefarmasian yakni apoteker dan tenaga teknis kefarmasian. Hal ini karena apoteker dan tenaga teknis kefarmasian merupakan personel yang kontak langsung dan bertemu dengan pasien (*end user*) yang menggunakan obat sehingga mereka dianggap lebih mengetahui kebutuhan masyarakat saat membeli obat. Cara ini diharapkan dapat membantu perolehan data dan informasi dengan lebih akurat.

Jumlah populasi yang telah ditetapkan sejumlah 162 responden apoteker dan tenaga teknis kefarmasian dari 81 pelanggan PT Putera Saka Anugerah, berupa IFRS, apotek, dan toko obat di wilayah DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan selama 1 bulan pada bulan September 2024, dengan cara menyebarkan kuesioner berupa tautan *google form* kepada 162 responden.

Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert 1-5. Menurut (Majjid et al., 2024) skala likert adalah keperluan analisis kuantitatif yang mempunyai rentang satu (negatif) sampai lima (positif).

**Tabel 1**  
**Skala Likert 1-5**

Skala Likert (1-5)	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

---

2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

---

Adapun variabel dan indikator yang digunakan saat penyebaran kuesioner antara lain:

a. Label halal

Indikator: pengetahuan, kepercayaan, dan penilaian label halal.

b. Kualitas pelayanan

Indikator: bukti langsung (*tangibles*), reliabilita/kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

c. Keputusan pembelian

Indikator: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian.

Instrumen yang digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan akan menggunakan SEM-PLS, dengan aplikasi Smart-PLS. PLS (*Partial Least Square*) merupakan alat ukur dalam metode statistik. PLS adalah suatu teknik multivariat yang mampu dalam mengurus beragam hal seperti variabel respon hingga variabel eksplanatori secara bersamaan (Dimarchopoulou et al., 2021). PLS merupakan pendekatan analisis multivariat yang digambarkan dengan dua persamaan, *inner model* dan *outer model*, yang dapat digunakan untuk merepresentasikan hubungan antara konstruk satu dengan konstruk lainnya, serta hubungan antara konstruk yang satu dengan indikator-indikatornya (Alkistasari & Harianto, 2022).

Selanjutnya data yang diperoleh akan digunakan untuk melihat informasi dan tanggapan responden terhadap pengaruh label halal dan kualitas pelayanan yang diberikan penjual terhadap pengambilan keputusan pembelian dan produk obat yang beredar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan kuantitatif, maka data yang ditampilkan merupakan angka yang didapatkan dalam kuesioner terkumpul dari 162 responden, yang merupakan tenaga kefarmasian dari fasilitas pelayanan kefarmasian yang merupakan salah satu pelanggan PT PUTERA SAKA ANUGERAH. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui Google Form dengan skala Likert dari satu hingga lima. Data yang didapat kemudian dianalisis menggunakan software PLS-SEM 4. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Label Halal, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat. Penelitian ini menggunakan 2 variabel eksogen, yaitu Label Halal dan Kualitas Pelayanan, serta 1 variabel endogen, yaitu Keputusan Pembelian.

### Analisis Deskriptif Variabel

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

Analisis deskriptif berdasarkan hasil penelitian ini menerangkan hasil jawaban kuisioner dari 162 responden terhadap setiap indikator variabel penelitian. hasil ini mencakup nilai rata-rata (mean) yang menunjukkan jawaban, dan nilai standar deviasi yang menampilkan berbagai jawaban responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah Label Halal (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 2**  
**Analisis Deskriptif Variabel**

VARIABEL	INDIKATOR	PERNYATAAN / PERYATAAN	Mean	Standard deviation	
<b>A</b> LABEL HALAL (H1, X1)	X1.1.	Pengetahuan	Anda mengetahui kebijakan pemerintah PP 39/2021 yang mewajibkan produk obat berlabel halal.	3.796	0,721
	X1.2.		Label halal pada kemasan produk obat menjamin status kehalalan produk.	3.994	0,653
	X1.3.	Kepercayaan	Label halal pada kemasan produk obat membuat Anda merasa aman untuk mengkonsumsinya.	3.883	0,796
	X1.4.	Penilaian Label Halal	Label halal sangat penting bagi Anda saat akan membeli produk obat.	3.704	0,867
	RATA-RATA			3.844	0,759
<b>B</b> KUALITAS PELAYANA N (H2, X2)	X2.1.	Bukti Langsung ( <i>Tangibles</i> )	Ketersediaan fasilitas sarana & prasarana yang menunjang kenyamanan pembeli (misal: ruangan yang bersih, nyaman, dan tidak panas, tersedia kursi untuk pelanggan yang menunggu, variasi produk yang disediakan lengkap, dll),	4.278	0,621

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

				penting bagi Anda saat akan membeli produk.		
		X2. 2.	Reliabilitas/Keandalan ( <i>Realibility</i> )	Kemampuan penjual merekomendasikan produk obat yang dibutuhkan sangat penting bagi Anda saat akan membeli produk obat.	4.216	0,595
		X2. 3.	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Anda tertarik membeli produk obat karena penjual memberikan informasi dan rekomendasi produk obat sesuai kebutuhan Anda.	4.167	0,611
		X2. 4.	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Anda tertarik membeli produk obat karena adanya jaminan keaslian, kehalalan, dan kualitas pada produk yang ditawarkan.	4.241	0,607
		X2. 5.	Empati ( <i>Emphaty</i> )	Penjual yang memberikan perhatian yang baik terhadap kebutuhan Anda, menjadi pertimbangan Anda saat akan membeli produk obat.	4.167	0,558
			RATA-RATA		4.214	0,5984
C	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	Y1.	Pengenalan Kebutuhan	Anda menyadari adanya kebutuhan untuk menggunakan produk obat yang halal.	3.907	0,768
		Y2.	Pencarian Informasi	Anda menda	3.593	0,782

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

				patkan informasi/rekomendasi produk obat halal dari penjual.		
		Y3.	Keputusan Pembelian	Anda tertarik untuk membeli produk obat karena sudah berlabel halal.	3.667	0,861
			RATA-RATA		<b>3.722</b>	<b>0,804</b>

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai rata-rata total indikator X1 yaitu 3,844, sedangkan standar deviasinya 0,759. Nilai rata-rata total indikator X2 yaitu 4,214, sedangkan standar deviasinya 0,5984. nilai rata-rata total indikator Y yaitu 3,722, sedangkan standar deviasinya 0,804.

Analisis mean dengan rata-rata skor yang paling tinggi yaitu pada indikator kualitas pelayanan dengan nilai rata-rata 4.214. skor mean tertinggi dengan poin 4.278 terdapat pada X2.1 ‘ Ketersediaan fasilitas sarana & prasarana yang menunjang kenyamanan pembeli (misal: ruangan yang bersih, nyaman, dan tidak panas, tersedia kursi untuk pelanggan yang menunggu, variasi produk yang disediakan lengkap, dll), penting bagi Anda saat akan membeli produk.’ hal tersebut menjelaskan secara umum responden sangat setuju bahwa fasilitas sarana dan prasarana yang baik dan nyaman membuat pelanggan merasa nyaman saat membeli produk obat

Berdasarkan analisa statistik diatas, disimpulkan bahwa konsumen secara umum memiliki tingkat kepuasan yang cukup tinggi terhadap kualitas pelayanan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai mean yang tinggi untuk semua pernyataan yang disediakan pada kuisisioner pada indikator kualitas pelayanan.

### Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen mempunyai 2 parameter yaitu nilai *average variance extracted* (AVE) yang lebih besar dari 0,5 disertai nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,7 merupakan konstruk yang menunjukkan validitas yang tinggi (Leoparjo et al., 2023).

**Tabel 3**  
**loading Factor**

VARIABLE	INDIKATOR	LOADING FACTOR	KETERANGAN
KUALITAS PELAYANAN ( X2 )	X2. 1	0.805	VALID
	X2. 2	0.857	VALID
	X2. 3	0.892	VALID
	X2. 4	0.879	VALID
	X2. 5	0.823	VALID
KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Y )	Y 1	0.892	VALID
	Y 2	0.740	VALID
	Y 3	0.871	VALID
LABEL HALAL ( X1 )	X1. 1	0.830	VALID
	X1. 2	0.812	VALID
	X1. 3	0.904	VALID
	X1. 4	0.895	VALID

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

Sumber Data: Diolah Peneliti, 2024

Nilai convergent validity menunjukkan seberapa baik indikator-indikator dalam suatu variabel membentuk konstruk tersebut secara konsisten. Nilai yang tinggi pada loading factor ( $> 0.7$ ) menandakan bahwa indikator tersebut memiliki kontribusi kuat terhadap konstruk variabelnya, yang menunjukkan bahwa model ini memiliki validitas yang baik dalam mengukur konstruk variabel terkait.

Berdasarkan nilai loading factor dari hasil penelitian, semua indikator dalam masing-masing variabel (Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, dan Label Halal) menunjukkan validitas konvergen yang baik. Ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki korelasi yang kuat dengan konstruk yang diwakilinya, sehingga mampu menggambarkan konstruk secara akurat dan konsisten.

**Tabel 4**  
**Average variance extracted (AVE)**

Variable	Average Variance Extracted (AVE)
Keputusan Pembelian	0.701
Kualitas Pelayanan	0.726
Label Halal	0.742

Sumber Data: Diolah Peneliti, 2024

Analisa Average Variance Extracted (AVE) menunjukkan validitas konvergen dari konstruk, dengan nilai di atas 0.5 mengindikasikan bahwa konstruk memiliki validitas yang sangat positif. Keputusan Pembelian memiliki nilai AVE sebesar 0.701, yang berarti bahwa lebih dari 70% varians dari indikator dijelaskan oleh konstruk ini, menunjukkan validitas konvergen yang baik dan sangat positif. Kualitas Pelayanan memiliki AVE sebesar 0.726, juga menunjukkan validitas konvergen yang sangat baik dan sangat positif. Label Halal memiliki AVE sebesar 0.742, yang menunjukkan bahwa konstruk ini memiliki validitas konvergen yang sangat baik sangat positif, dengan lebih dari 74% varians dari indikator dijelaskan oleh konstruk.

Hasil penelitian disetiap indikator telah memenuhi validitas konstruk dan dimana masing-masing variabel berhasil mewakili atau mencerminkan sebuah variabel latennya. Sehingga dapat diberikan kesimpulan bahwa konvergensi internal dari setiap konstruk dalam penelitian ini sangat kuat. Hal ini dapat memperkuat validitas dan keandalan hasil penelitian, dan memberikan dasar yang kuat untuk memberikan pernyataan yang dapat dipercaya.

### Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan terlihat dari nilai cross loading  $> 0,7$  (Alkistasari & Harianto, 2022)

**Tabel 5**  
**Nilai Cross Loading**

	KEPUTUSAN PEMBELIAN	KUALITAS PELAYANAN	LABEL HALAL
X2. 1	0.330	0.805	0.387
X2. 2	0.327	0.857	0.348
X2. 3	0.437	0.892	0.362



## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

X2. 4	0.519	0.879	0.490
X2. 5	0.433	0.823	0.416
Y 1	0.892	0.527	0.740
Y 2	0.740	0.358	0.520
Y 3	0.871	0.346	0.732
X1. 1	0.629	0.347	0.830
X1. 2	0.599	0.567	0.812
X1. 3	0.708	0.389	0.904
X1. 4	0.806	0.370	0.895

Sumber Data: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan nilai discriminant validity, kita dapat melihat sejauh mana konstruk suatu variabel berbeda dari konstruk variabel lainnya, yang diindikasikan oleh rendahnya korelasi antar variabel dibandingkan korelasi indikator-indikator dalam variabel yang sama. Tingginya korelasi antara indikator dengan variabelnya menunjukkan validitas diskriminan yang baik.

Secara keseluruhan, data yang dihasilkan dari penelitian ini adalah valid karena nilai validitas diskriminannya menunjukkan bahwa masing-masing variabel keputusan pembelian, kualitas pelayanan, dan label halal memiliki nilai indikator di atas 0.7 sehingga menandakan validitas diskriminan yang baik dalam model ini.

### Uji Reliability

Uji reliabilitas memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu instrumen ukur. parameter pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan cronbach's alpha dan composite reliability. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila cronbach's alpha > 0,6 dan composite reliability > 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa suatu variabel memiliki konsistensi yang baik dan reliable (Alkistasari & Harianto, 2022)

**Tabel 6**  
**Nilai Cronbach's alpha & composite reliability**

	Cronbach's alpha	Composite reliability
<b>Keputusan Pembelian</b>	0.786	0.815
<b>Kualitas Pelayanan</b>	0.906	0.925
<b>Label Halal</b>	0.884	0.898

Sumber Data: Diolah Peneliti, 2024.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai composite reliability dan cronbach's alpha seluruh variabel kualitas pelayanan, label halal, dan keputusan pembelian berada di atas 0,6 dan 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki konsistensi yang baik dan reliable.

### R – Square

Hasil pengujian inner model dapat dilihat dengan menggunakan R-square. R- square bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

Semakin tinggi nilai R-square maka akan semakin baik, karena akan menunjukkan seberapa besar/kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 7**  
**Nilai R-Square**

	R-square	R-square adjusted
<b>KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>	0.663	0.658

Sumber Data: Diolah Peneliti, 2024

Hasil analisis menunjukkan nilai R-square untuk konstruk Keputusan Pembelian sebesar 0.663. Ini berarti bahwa variabel-variabel independen dalam model menjelaskan 66.3% dari variasi pada keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik terhadap variabel ini. Nilai R-square adjusted untuk Keputusan Pembelian adalah 0.658. Nilai ini merupakan penyesuaian dari R-square yang mempertimbangkan jumlah variabel dalam model, yang memastikan bahwa nilai R-square tidak terpengaruh oleh jumlah prediktor yang digunakan. Nilai 0.658 menunjukkan bahwa 65.8% dari variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan secara efektif oleh model, setelah memperhitungkan penyesuaian yang diperlukan.

### f-square

Uji parsial *F-Square* dilakukan untuk menghitung besarnya efektivitas variabel bebas terhadap variabel terikat. 0 - 0,2 tergolong pada *effect size* lemah. 0,21 - 0,50 tergolong *effect size modest*. 0,51 – 1,00 tergolong *effect size moderate* dan >1,00 tergolong *effect size* kuat (Fatihanisya & Purnamasari, 2021).

**Tabel 8**  
**Nilai f-Square**

	KEPUTUSAN PEMBELIAN	KUALITAS PELAYANAN	LABEL HALAL
<b>Keputusan Pembelian</b>	-	-	-
<b>Kualitas Pelayanan</b>	0.047	-	-
<b>Label Halal</b>	1.240	-	-

Sumber Data; Diolah Peneliti, 2024

Keputusan Pembelian memiliki korelasi dengan Kualitas Pelayanan sebesar 0.047. Nilai ini menunjukkan hubungan yang lemah atau hampir tidak ada antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian, sehingga kualitas pelayanan mungkin bukan faktor utama dalam memengaruhi keputusan pembelian dalam konteks ini. Keputusan Pembelian memiliki korelasi dengan Label Halal sebesar 1.240. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara label halal dan keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan label halal berpotensi menjadi faktor signifikan dalam mendorong keputusan pembelian, terutama jika produk atau layanan yang ditawarkan memiliki relevansi dengan preferensi atau keyakinan konsumen.

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa Label Halal memainkan peran lebih besar dalam keputusan pembelian dibandingkan Kualitas Pelayanan dalam konteks yang diteliti.

### Q – Squares

Analisis Q-Square untuk mengevaluasi relevansi prediktif pada hasil penelitian. Q-Square menjelaskan seberapa baik model dalam memprediksi data yang tidak digunakan dalam proses pembangunan model. Nilai Q-Square yang di atas nilai nol dapat menunjukkan prediksi kerelevansiannya baik.

**Tabel 9**  
Nilai Cronbach's alpha & composite reliability

<b>Keputusan Pembelian</b>	0.648

Sumber Data: Diolah Peneliti, 2024

Dari hasil data di tabel menunjukkan nilai Q-square (Predictive Relevance) sebesar 0.648 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang cukup tinggi untuk variabel Keputusan Pembelian. Nilai ini menunjukkan kemampuan model untuk memprediksi variabel tersebut dengan baik.

### Uji Hipotesis

**Tabel 10**  
Nilai Q - Square

	original sample (o)	t-statistics	p-values
<b>kualitas pelayanan -&gt; keputusan pembelian</b>	0.143	2.548	0.011
<b>label halal -&gt; keputusan pembelian</b>	0.736	14.868	0.000

Sumber Data: Diolah Peneliti, 2024

Uji hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistics dan nilai p-value untuk mengetahui signifikansi hubungan antar variabel dalam model penelitian. Menurut peneliti (Memon et al., 2021), jika nilai p-value lebih kecil dari 0.05 (5%), maka hipotesis tentang hubungan antar variabel dapat diterima. Nilai t-Statistics yang lebih tinggi dari 1.96 menjelaskan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil uji t-statistik menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel kualitas pelayanan dan label halal terhadap keputusan pembelian. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh nilai t-statistics sebesar 2.548 menunjukkan signifikansi pada tingkat 5%, mengingat nilai ini di atas ambang batas 1.96. p-value sebesar 0.011 lebih rendah dari 0.05, menegaskan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah signifikan secara statistik.

## **Monang Hasintongan**

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

---

Di sisi lain, variabel label halal menunjukkan pengaruh yang lebih kuat dan sangat signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh t-statistics yang tinggi sebesar 14.868 menunjukkan hubungan yang sangat signifikan. p-value sebesar 0.000 memperkuat pengaruh signifikan label halal terhadap keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa label halal memiliki pengaruh yang lebih dominan dan signifikan dibandingkan kualitas pelayanan dalam menentukan Keputusan Pembelian. Keduanya variabel yakni kualitas pelayanan dan label halal produk, menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun dengan kekuatan pengaruh yang berbeda, dimana label halal memiliki pengaruh yang lebih kuat.

Dengan adanya kebijakan baru dari pemerintah yang mempersyaratkan bahwa seluruh produk atau jasa yang dijual di wilayah Republik Indonesia, harus tersertifikasi halal seperti yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah nomor 39 tahun 2021, peneliti ingin melihat apakah terdapat pengaruh label halal dan kualitas pelayanan dalam peningkatan penjualan produk obat yang dijual PT PSA pada tahun 2021-2023 kepada pelanggan PT PSA, yakni fasilitas distribusi dan fasilitas pelayanan kefarmasian.

Meski demikian data yang digunakan oleh peneliti hanyalah pelanggan dari fasilitas pelayanan kefarmasian, dimana responden yang menjawab kuesioner adalah tenaga teknis kefarmasian seperti apoteker dan tenaga teknis kefarmasian. Hal ini dianggap dapat lebih mewakili karena apoteker dan tenaga teknis kefarmasian yang berkomunikasi dan berhubungan langsung dengan pasien (end user) yang melakukan pembelian obat. Dalam proses pengumpulan respon kuesioner, peneliti sempat menemui kendala. Salah satunya ada beberapa responden yang belum mengetahui kebijakan pemerintah yang baru ini. Oleh sebab itu, peneliti harus memberikan edukasi kepada responden terkait kebijakan ini. Dari hasil respon yang diperoleh, dilakukan pengukuran dengan metode SEM-PLS untuk menganalisa hasil kuesioner yang diperoleh. Hasil analisis penelitian dijabarkan pada penjelasan di bawah ini.

### **Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil yang didapat dari penelitian ini bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistics yang lebih besar dari 1.96 yaitu 14.868 dan nilai p-value yang kurang dari 0.05 yaitu 0.000. Artinya label halal mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga terdapat peningkatan penjualan produk obat dari PT PSA.

Selain itu hasil penelitian ini juga didukung dari penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh (Refmasita et al., 2020), yang menyatakan bahwa label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli obat pada mahasiswa FEB UHAMKA. Peneliti lainnya juga yang juga mendukung hasil penelitian ini yaitu Ismail et al, 2021 mengatakan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian obat bebas di wilayah provinsi Jawa Barat.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil yang didapat dari penelitian ini bahwa variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-statistics yang lebih besar dari 1.96 yaitu 2.548 dan nilai p-value yang kurang dari 0.05 yaitu 0.011.

---

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

---

Artinya semakin tinggi nilai t-statistik dan nilai p-value pada kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian obat di suatu sarana yang memberikan pelayanan yang baik dan nyaman.

Penelitian ini juga didukung oleh peneliti terdahulu yakni Sugiarto & Darmawan, 2021 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga penting bagi perusahaan untuk memberi pelayanan yang baik kepada konsumen. Seperti tempat pelayanan yang nyaman, komunikasi dua arah yang dimengerti oleh konsumen. Sebagai contoh, penjual dapat memberi alternatif kepada pembeli apabila pesanan tidak sesuai. Hal ini akan membuat konsumen merasa puas atau karena produk yang dicari sesuai dengan keinginannya, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

## Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa implikasi yang perlu diperhatikan oleh PT Putera Saka Anugerah antara lain:

- a) PT Putera Saka Anugerah harus melakukan percepatan sertifikasi halal dalam konteks jasa sebagai Pedagang Besar Farmasi (PBF). Dengan demikian pelanggan-pelanggan PT PSA memiliki keyakinan untuk melakukan pengadaan produk obat dari PT PSA. Hal ini tentunya perlu disampaikan kepada manajemen puncak mengingat proses sertifikasi fasilitas distribusi perlu dilakukan pemilihan dan penetapan personel penyelia halal, penyusunan Sistem Jaminan Halal, dan tentunya biaya sertifikasi.
- b) PT Putera Saka Anugerah harus mempertimbangkan pemilihan produk obat yang dipasok dari industri farmasi selaku pembuat produk, yakni produk-produk obat yang memiliki label halal. Walaupun kewajiban produk obat tradisional / suplemen kesehatan / kuasi dan produk obat berlabel halal baru dilaksanakan pada tahun 2026-2034, PT PSA dapat memberikan nilai tambah dalam proses penjualannya di pasar obat sehingga mempertahankan peningkatan penjualan yang signifikan.
- c) Dengan adanya proses pemilihan atau kualifikasi pemasok yang dilakukan oleh PBF PT PSA terhadap industri farmasi yang produk-produknya berlabel halal, hal ini tentunya akan mendorong produsen untuk menerapkan sertifikasi halal pada sistem manajemen mutunya dan produk obat yang disalurkan.

## Kendala Penelitian

Dalam proses penelitian ini penulis menemukan beberapa kendala yang dihadapi dalam proses pengumpulan data dan referensi antara lain:

1. Dari pemilihan pelanggan PT PSA, ternyata tidak hanya fasilitas pelayanan kefarmasian saja, melainkan ada juga fasilitas distribusi (PBF). Dengan demikian data responden yang diperoleh dari fasilitas distribusi tidak dapat digunakan karena dianggap kurang mewakili hasil/respon yang ingin dianalisis oleh peneliti karena tenaga teknis tidak berhubungan langsung dengan pasien (*end user*) dan berpotensi mengganggu hasil penelitian.
2. Sulitnya mencari referensi yang sesuai dengan tema penelitian.  
Kebijakan halal untuk produk obat tergolong kebijakan baru dari pemerintah, sehingga hasil-hasil penelitian terkait tema penelitian ini tidak banyak ditemukan.

## **Monang Hasintongan**

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

---

### 3. Sulitnya mengumpulkan data kuesioner dari responden.

Berhubung kebijakan halal produk obat ini merupakan kebijakan baru dari pemerintah, sehingga tidak semua responden langsung memahami tema penelitian, dengan demikian peneliti harus memberikan arahan dalam pengisian kuesioner supaya saat dilakukan pengukuran, tidak mengganggu hasil analisis.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pengaruh faktor label halal dan kualitas pelayanan dalam perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk obat, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk obat.
2. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk obat.
3. Dengan demikian peningkatan penjualan produk obat PT PSA dipengaruhi dengan kedua variabel di atas, yakni label halal dan kualitas pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Umar, A. U. A., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641–647.
- Alkistasari, I., & Harianto, E. (2022). Reviewing the Human Capital Performance Stimulants of Employees In Logistic Transportation with a Quantitative Approach. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 11(2), 187–200.
- Ayu, A. S., Dimas, A., Pratama, E. A., & Yahya, I. M. (2023). Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Mixue di Surabaya. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(3), 27–36.
- Dimarchopoulou, D., Mous, P. J., Firmana, E., Wibisono, E., Coro, G., & Humphries, A. T. (2021). Exploring the status of the Indonesian deep demersal fishery using length-based stock assessments. *Fisheries Research*, 243, 106089.
- Fatihanisya, A. N. S., & Purnamasari, S. D. (2021). Penerapan model unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT 2) terhadap perilaku pelanggan e-commerce shopee Indonesia di kota palembang. *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2), 392–417.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Leoparjo, F., Harianto, E., Mas'ud, R., Ilyas, G. B., & Hasanah, Y. N. (2023). Assessing the effect of online learning service quality on customer retention through customer satisfaction as mediation variable in the culinary study program bachelor degree during the COVID-19 pandemic. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(2), 534–552.
- Majiid, N. A., Kurniawan, R., & Setyahun, S. W. (2024). Pengaruh kemasan, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berulang Mixue Semarang. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (Online)*, 5(1), 439–450.
- Memon, M. A., Ramayah, T., Cheah, J.-H., Ting, H., Chuah, F., & Cham, T. H. (2021). PLS-SEM statistical programs: a review. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), 1–14.
- Nasution, L. Z. (2020). Penguatan industri halal bagi daya saing wilayah: Tantangan dan agenda kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1(2), 33–57.
- Refmasita, A. N., Amar, F., & Larasati, M. (2020). Label Halal dan Kualitas Produk Obat terhadap Minat Beli Obat pada Mahasiswa Feb Uhamka. *AI-Urban*, 4(2), 168–179.
- Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1), 60–77.

## Monang Hasintongan

Analisis Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Obat pada Pelanggan PT Putera Saka Anugerah

---



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).