

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Permintaan

Teori permintaan menjelaskan tentang ciri hubungan di antara jumlah permintaan dan harga. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa semakin rendahnya harga suatu barang, maka semakin banyaknya jumlah permintaan akan barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga barang tersebut, maka jumlah barang yang diminta akan semakin sedikit (Sukirno, 2006). Menurut Gilarso (2007), permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau atau mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu dengan apapun hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*). Permintaan terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Permintaan absolut, permintaan terhadap barang atau jasa secara umum, dengan disertai atau tidak disertai dengan kemampuan untuk membelinya.
2. Permintaan efektif, permintaan terhadap barang dan jasa yang disertai dengan kemampuan untuk membelinya.

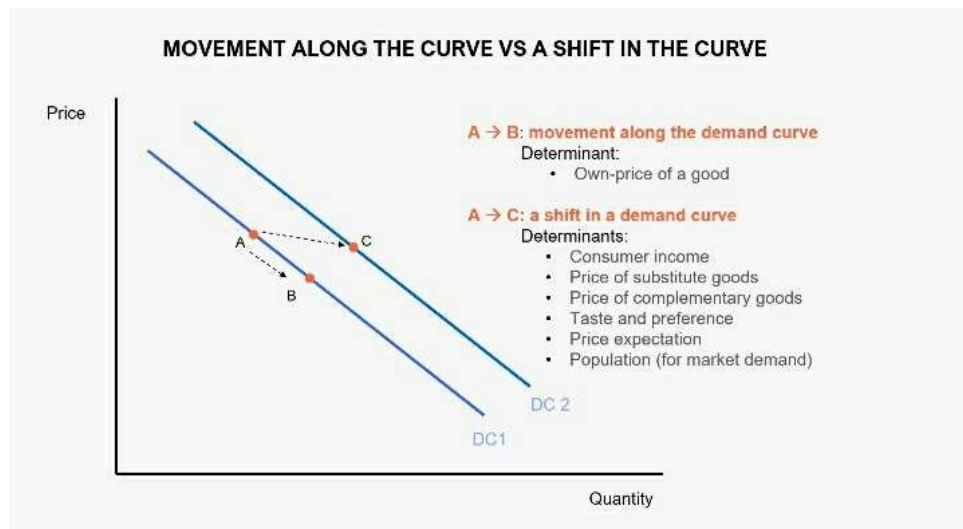
Tujuan dari teori permintaan adalah mempelajari dan menentukan berbagai faktor yang memengaruhi permintaan (Sudarsono, 1990). Adapun faktor-faktor yang dimaksud adalah:

1. Harga barang itu sendiri, yaitu apabila harga mengalami kenaikan maka permintaan barang tersebut menurun. Sebaliknya apabila harga turun maka permintaan barang tersebut naik.

2. Harga barang lainnya (bersifat substitusi atau komplementer).
3. Rata-rata pendapatan masyarakat, semakin tinggi tingkat pendapatan pada masyarakat, maka jumlah permintaan akan barang akan meningkat.
4. Jumlah penduduk, ketika jumlah penduduk di suatu negara meningkat serta diikuti oleh perkembangan kesempatan kerja. Artinya, jika lebih banyak masyarakat yang menerima pendapatan maka jumlah permintaan akan meningkat.
5. Selera konsumen, keinginan konsumen membeli sesuatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu.

2.1.1.1 Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah kurva yang menggambarkan fungsi antara harga dan jumlah barang yang diminta. Adapun kurva permintaan disajikan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Kurva Permintaan

Sumber: Cerdasco, <https://cerdasco.com/kurva/permintaan>

Pada Gambar 2.1 dijelaskan bahwa setiap perubahan harga akan menyebabkan pergeseran sepanjang kurva permintaan. Pergeseran A ke B disebabkan karena penurunan harga yang menyebabkan kuantitas meningkat. Sedangkan faktor lain dalam peningkatan selera berakibat pada pergeseran kurva ke kanan atas. Seseorang akan membayar dengan jumlah tinggi untuk barang atau jasa yang diminta.

Adapun model *ceteris paribus* yaitu $Q_{Dx} = f(Px)$ dengan fungsi permintaan:

$$Q_{Dx} = f(Px, Y, Py, T, JK)$$

Keterangan:

Px = harga barang yang bersangkutan

Y = pendapatan konsumen

Py = harga barang lain

T = Selera

Jk = jumlah penduduk

Persamaan tersebut berarti jumlah barang X yang diminta dipengaruhi oleh harga barang X, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera, dan jumlah penduduk. Dimana D_x adalah jumlah barang yang diminta, Y adalah pendapatan, P_y adalah harga barang lain, T adalah selera konsumen, dan Jk adalah jumlah penduduk.

Faktor selera berpengaruh terhadap jumlah permintaan. Selera masyarakat tentunya sangat beragam. Dalam hal ini selera pada penelitian ini akan diuraikan menjadi dua, yaitu status halal dan higienitas. Dimana dapat disimpulkan menjadi model penelitian yaitu:

$$Q_{Pm} = f(Y, SH, H)$$

Keterangan:

Y = pendapatan konsumen

SH = status halal

H = Higienitas

Persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa P_m adalah jumlah barang yang diminta, Y adalah pendapatan konsumen, SH adalah status halal, dan H adalah higienitas.

2.1.1.2 Hukum Permintaan

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik, maka jumlah barang yang diminta berkurang. Sebaliknya, apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat. dari pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ketika harga suatu barang naik, maka konsumen akan mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang tersebut. Sebaliknya, ketika harga barang tersebut turun, maka konsumen akan menambah pembelian barang tersebut.
2. Adanya kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil pada konsumen berkurang, sehingga konsumen mengurangi pembelian serta menghindari pembelian barang yang akan naik harganya.

2.1.2 Pendapatan Konsumen

Pendapatan adalah sejumlah penerimaan dalam satuan uang yang dapat dihasilkan individu atau kelompok dalam jangka waktu tertentu. Reksoprayikno (2004: 79) mengemukakan bahwa pendapatan (*revenue*) adalah total penerimaan yang diperoleh dalam periode tertentu. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan dalam kamus manajemen, pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh individu, kelompok dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Dengan demikian, jika disimpulkan dari definisi tersebut pendapatan adalah sejumlah penerimaan yang diterima oleh

masyarakat dalam periode waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang diberikan. Adapun pengertian dari pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah penerimaan lain dari pekerjaan utama. Pendapatan usaha sampingan ini dapat menunjang kebutuhan dan tambahan pendapatan pokok.

Pendapatan dapat memengaruhi banyaknya permintaan barang yang dikonsumsi oleh masyarakat. Jika pendapatan masyarakat tinggi, maka permintaan akan barang bertambah dan kualitas barang yang dibeli merupakan kualitas barang yang lebih baik dari sebelumnya. Tingkat pendapatan menjadi salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Ketika pendapatan masyarakat suatu daerah relatif rendah, maka tingkat kesejahteraan pada masyarakat tersebut rendah. Sebaliknya, ketika pendapatan masyarakat suatu daerah tinggi maka tingkat konsumsi masyarakat tersebut akan meningkat. ketika ada kelebihan uang dari pendapatan tersebut, masyarakat akan menyimpan uang tersebut di bank. Menurut Towelu dalam Wike Anggraini (2019) mengemukakan bahwa untuk memperbesar pendapatan, seseorang harus mendapatkan penghasilan dari usaha lain atau pekerjaan lain sehingga pendapatannya bertambah. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan seseorang menurut Boediono yaitu:

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini.

2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
3. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Tingkat pendapatan pada masyarakat berpengaruh terhadap permintaan akan barang. Ketika pendapatan masyarakat meningkat, maka tingkat permintaan barang meningkat. Sebaliknya, ketika pendapatan masyarakat rendah maka tingkat permintaan akan barang menurun.

2.2.1.1 Sumber Pendapatan

Dalam memenuhi kebutuhan hidup, seseorang dituntut untuk melakukan pekerjaan atau usaha agar memperoleh penghasilan sebagai balas jasa yang telah dilakukan. Adapun sumber pendapatan seseorang bisa dihasilkan dari:

1. Pendapatan aktif adalah pendapatan bulanan yang diterima oleh seseorang atau individu dari hasil balas jasa atas pekerjaan seseorang. Gaji, upah, tunjangan, dan bonus merupakan contoh dari pendapatan aktif. Seseorang dapat memperoleh beberapa pendapatan aktif lebih dari satu sumber jika seseorang mampu melakukan dua atau lebih pekerjaan, maka pendapatan seseorang akan bertambah seperti melakukan pekerjaan sampingan, wirausaha dan lain sebagainya.
2. Pendapatan investasi atau pendapatan portofolio (*portofolio income*) adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil investasi. Seseorang dapat melakukan investasi dengan menanamkan sejumlah uang atau modal yang dimiliki sesuai dengan kemampuannya dan mendapatkan keuntungan dari uang yang diinvestasikan. Semakin besar modal yang diinvestasikan, kemungkinan akan

memperoleh pendapatan yang besar pula dari hasil investasi yang berbanding lurus dengan risiko investasinya.

3. Pendapatan pasif (*passive income*) adalah pendapatan yang diperoleh dari sistem yang bekerja, misalnya bisnis sewa *property*, pemilik waralaba (*franchisor*), hak paten, bisnis *multi level marketing* dan lainnya. Dalam memperoleh pendapatan pasif seseorang dituntut untuk menjalankan sistem yang ada, sehingga perputaran uang tetap berjalan dan menghasilkan pendapatan.

2.1.3 Status Halal

2.1.3.1 Label Halal

Menurut Sam et.al (2009: 84) labelisasi halal adalah pernyataan atau tulisan halal pada kemasan suatu produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk halal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Hanapia dkk. (2019) tentang penerapan tingkat konsumsi berprinsip syariah menyatakan bahwa penerapan prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi pengeluaran bahan pangan muslim di Kota Tasikmalaya.

Menurut Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Ulama Indonesia (LPPOM MUI) produk halal adalah produk pangan, obat-obatan, kosmetika, dan produk lainnya yang tidak mengandung unsur haram dalam proses pembuatan serta layak dikonsumsi umat muslim yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk produksi dalam pengolahannya. Adapun penjelasannya yaitu:

1. Proses pembuatan atau proses produksi suatu perusahaan yang sudah mencantumkan label halal hendaknya memperhatikan hal-hal berikut:
 - a. Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang atau bahan yang haram dan turunannya.
 - b. Proses produksi tidak tercampur atau berdekatan dengan najis atau sesuatu yang haram.
 - c. Air yang digunakan dalam proses produksi air bersih dan mengalir.
2. Bahan baku utama adalah bahan utama yang digunakan dalam proses produksi sedangkan bahan tambahan produk adalah bahan tambahan yang tidak menjadi bahan tambahan dalam proses produksi.
3. Bahan pembantu adalah bahan penolong atau bahan pendukung dalam memperlancar proses produksi.

2.1.3.2 Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal didefinisikan sebagai suatu fatwa yang tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menjamin kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikasi halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan dari instansi pemerintah yang berwenang.

Label halal adalah jaminan atau bukti tertulis yang dikeluarkan MUI untuk menjamin kehalalan suatu produk yang baik untuk dikonsumsi sesuai dengan hukum syariah. Adanya label halal pada suatu produk akan berpengaruh terhadap permintaan suatu produk pada konsumen untuk menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut. Tujuan dalam pembuatan sertifikasi halal pada suatu produk

adalah untuk memberikan jaminan kepastian status kehalalan suatu produk dalam memberikan rasa aman untuk mengonsumsi produk tersebut.

2.1.4 Higienitas

Kebersihan merupakan hal penting untuk dijaga, mengingat kebersihan itu sendiri akan berdampak pada kesehatan masyarakat. Produk makanan merupakan kebutuhan bagi keberlangsungan hidup manusia. Sering kali makanan yang dikonsumsi menjadi penyebab terjadinya gangguan pada tubuh manusia. Hal ini menjadikan pelajaran kepada kita untuk mengonsumsi makanan yang aman yaitu dengan memastikan makanan tersebut dikonsumsi dalam keadaan bersih dan aman. Makanan yang dikonsumsi tentunya harus memiliki komposisi seperti gizi, mineral, vitamin, dan lain sebagainya.

Menurut Brownell dalam Munasib (2019) *hygiene* adalah cara manusia dalam menjaga kebersihan dan memelihara kesehatan. *Hygiene* juga dapat diartikan dengan upaya kesehatan untuk memelihara dan melindungi kebersihan individu, misalnya dengan upaya mencuci tangan, memilih produk makanan dengan kemasan yang terbungkus bersih dan rapi, membuang makanan yang tidak baik dikonsumsi (Depkes RI 2004). Makanan higienis adalah makanan yang tidak mengandung racun atau zat yang bisa membahayakan kesehatan serta tidak mengandung kuman penyakit (Hanifa dan Luthfeni, 2006).

2.1.5 Produk Makanan

Produk makanan merupakan hasil olahan yang diproduksi oleh suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Beragam jenis dari produk

makanan mulai dari produk yang menyediakan kebutuhan pokok, makanan cepat saji, dan kebutuhan lainnya.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Berikut ini akan diuraikan penelitian terdahulu pada Tabel 2.1 sebagai pendukung dalam penelitian ini serta penjelasan mengenai variabel X dan variabel Y yang telah diuji dan diteliti pada penelitian sebelumnya sebagai pendukung penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Nurbaiti (2019)	Perkembangan Minat Masyarakat pada Produk Halal dan Label Halal di Indonesia: <i>Google Trends Analysis</i>	Independen: - Label halal	Independen: - Higienitas - Harga - Pendapatan konsumen Dependen - Permintaan Produk Makanan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk halal mengalami peningkatan dari kurun waktu 2016-2019. <i>Trend</i> ini sejalan dengan aspek kelembagaan, hukum, sertifikasi, promosi dalam perkembangan berbagai produk halal.	Seminar Cendekiawan 2019, ISSN 2460-8696
2	Saefu alloh Wahyunanto Topowijoyo (2018)	Penerapan <i>Higiene</i> dan Sanitasi dalam upaya Peningkatan Mutu Kualitas <i>Food And</i>	Independen: - Higienitas	Independen: - Harga - Status halal - Pendapatan konsumen Dependen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan higienitas belum dapat terlaksana	Jurnal Administrasi bisnis Vol. 58 No. 2, 2018

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		<i>Baverag</i> (Studi Pada Pantai Konang Desa Ngelebeng Kab. Trenggalek)		- Permintaan produk makanan	dengan baik.	
3	Imtihan Irwandi	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ikan Asin Laut di Kota Padang	Independen: - Pendapatan konsumen Dependen: - Permintaan	Independen: - Higienitas - Status halal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan konsumen berpengaruh negatif terhadap permintaan ikan asin laut di kota Padang.	Jurnal Ekonomi Islam, Vol 14 No. 1 ISSN 1693-2617
4	Fachrul Iman Hanafi, Edmon Daris, Siti Rohaeti (2014)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi permintaan tempe di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren, Tangerang Selatan	Dependen: - Permintaan	Independen: - Harga - Higienitas - Pendapatan konsumen - Status halal	Hasil dari perhitungan regresi menyatakan bahwa harga tempe berpengaruh signifikan terhadap permintaan tempe di kelurahan Juramangu timur, Pondok Aren, Tangerang Selatan.	Jurnal Agribisnis, Vol. 8 No. 1 ISSN 1979-0058
5	Munasib, Ihsan Sa'dudin	Makanan Higienis dan Bergizi dalam Perspektif Agama Islam	Independen -Higienitas -Status halal	Independen: - Harga - Pendapatan konsumen Dependen: -Permintaan	Penelitian ini menggunakan pendekatan interdisipliner yang memadukan antara keilmuan islam dengan kesehatan. Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa kehalalan suatu	Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 3 No. 1 2019 ISSN 2597-7121

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
					produk menjamin kehygienisan dalam produk.	
6	Ian Alfian	Analisis Pengaruh Label Halal Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan	Independen -Status halal	Independen -Higienitas -Pendapatan konsumen Dependen: -Permintaan	Hasil uji Menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan dari label dan citra merek. Sedangkan variabel harga dan label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di kota Medan.	Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 2 No. 1 2017
7	Anggita Camelia Putri	Analisis Permintaan Komoditas Strategis di Indonesia	Independen -Pendapatan konsumen Dependen: -Permintaan	Independen: -Higienitas -Harga -Status halal	Hasil regresi berganda hasil penelitian yaitu, pertama harga beras, daging ayam dan rokok bersifat inelastis dan negatif terhadap permintaan setiap komoditas tersebut. Pendapatan konsumen bersifat inelastis dan positif terhadap permintaan rokok dan pengeluaran telur ayam.	Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol. 8 No. 7 2019 ISSN 2303-0178
8	Ajeng Larasati, Sri	Religiusitas dan Pengetahuan	Independen: -Halal	Independen: - Harga	Hasil dari penelitian menunjukkan	Jurnal Bisnis dan Manajemen,

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	Ayu	sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal	Produk	- Pendapatan Konsumen - Higienitas Dependen: -Permintaan	bahwa sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap produk halal.	Vol. 8 No. 2 2018 ISSN 2461-1182
9	Lokot MudaHarahap, Dita Amanah, Dedy Ansari	<i>Faktors Affecting Costumer Demand on Orange Fruit in Pantai Buaya, Langkat Indonesia</i>	Independen -income Dependen -Demand	Independen: - Higienitas - Status halal -Price	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga mempengaruhi permintaan buah jeruk, sedangkan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan jeruk di pantai Buaya.	<i>International Journal of Economics, Business and Management Research</i> , Vol. 3 No. 11 2019
10	Made Mahesa Mahendra, I Gusti Agung Ketut Sri Ardani	Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik di Kota Denpasar	Independen Pendapatan	Independen: -Higienitas -Status Halal -Pendidikan Dependen: -Permintaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel umur, pendidikan dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.	Jurnal Ekonomi, Vol. 3 No. 2 2015, ISSN 2303-1174
11	Asep Yusup Hanapia, Ade Komaludin, Fatimah Zahra N, Iis Surgawati	<i>The Understanding of Sharia Principles on Consumption Expenditures in Disruptive Era</i>	Independen -Status Halal	Independen -Pendapatan konsumen -Higienitas Dependen -Permintaan	Penerapan pemahaman prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi pengeluaran	<i>Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Management, Accounting and Business</i> , ICEMAB

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
					bahan pangan yang dilakukan oleh masyarakat muslim.	2018, 8-9 October 2018.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah konsep tentang hubungan antar variabel yang tersusun dari berbagai teori yang dijelaskan pada tinjauan pustaka. Jika dilihat dari teori yang ada, maka secara keseluruhan penelitian melihat adanya hubungan antara pendapatan konsumen, status halal, dan higienitas terhadap jumlah permintaan produk makanan di Toserba Griya Ciawi.

2.2.1 Hubungan Pendapatan Konsumen dengan Jumlah Permintaan

Pendapatan konsumen merupakan salah satu variabel yang memengaruhi suatu produk. Reksoprayikno (2004) mengemukakan bahwa pendapatan (*revenue*) adalah total penerimaan yang diperoleh dalam periode tertentu. Ketika pendapatan seseorang meningkat, maka tingkat konsumsi juga mengalami peningkatan dan berpengaruh terhadap permintaan barang. Sebaliknya, ketika pendapatan seseorang menurun, maka permintaan terhadap produk juga mengalami penurunan. Dengan demikian hubungan antara pendapatan konsumen dengan permintaan barang adalah hubungan positif. Hal ini diperkuat dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Anggita Carmelia Putri (2019), menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap permintaan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Kristina Situmorang (2018) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dengan analisis regresi berganda pengaruh

pendapatan terhadap permintaan berpengaruh positif. Artinya meningkat atau tidaknya permintaan suatu produk dipengaruhi oleh pendapatan masyarakat.

2.2.2 Hubungan Status Halal dengan Jumlah Permintaan

Dewasa ini, banyak perusahaan yang memproduksi produk makanan dengan mencantumkan status kehalalannya. Hal ini dilakukan untuk memberikan rasa aman kepada konsumen bahwa produk yang dibeli layak untuk dikonsumsi. Menurut Sam et al. (2009) “Labelisasi halal adalah pernyataan atau tulisan halal pada suatu produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk halal.”

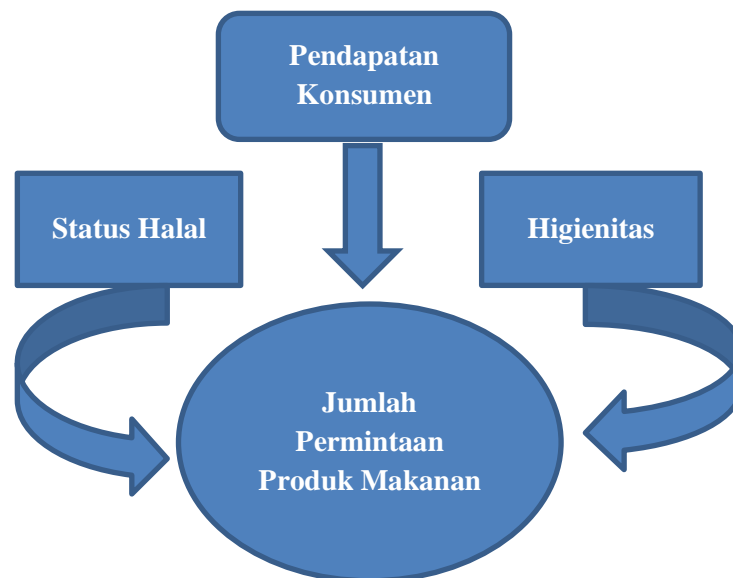
Ketika banyak produk yang mencantumkan status kehalalannya, maka akan berpengaruh pada jumlah permintaan tersebut. Dengan demikian status halal memiliki hubungan positif terhadap permintaan. Hal ini diperkuat dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurbaeti (2019) yang menyatakan bahwa minat masyarakat terhadap produk halal mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Artinya, setiap produk yang telah terjamin kehalalannya akan memberi rasa aman kepada konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut.

2.2.3 Hubungan Higienitas dengan Jumlah Permintaan

Higienitas (kebersihan) tentunya menjadi faktor yang memengaruhi permintaan produk makanan. Setiap konsumen tentunya akan memperhatikan setiap produk yang dibeli dalam bentuk kemasan, kandungan gizi, serta kebersihan pada produk tersebut. Hanifa dan Luthfeni (2006) mengemukakan bahwa makanan higienis adalah makanan yang tidak mengandung racun atau zat yang bisa membahayakan kesehatan serta tidak mengandung kuman penyakit.

Produk makanan yang terjamin kebersihannya, maka akan berpengaruh terhadap permintaan.

Dengan demikian hubungan antara higienitas terhadap permintaan produk makanan berpengaruh positif. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Munasib dan Ihsan Sa'dudin (2019) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa higienitas memengaruhi permintaan produk makanan. Ketika produk makanan terjamin kehigienisannya, tentu akan memberi rasa aman dan kepercayaan pada konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan kerangka pemikiran yang telah dibahas dalam bab ini, maka hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Diduga secara parsial pendapatan konsumen, status halal, dan higienitas berpengaruh positif terhadap jumlah permintaan produk makanan Gula Pasir di Toserba Griya Ciawi.
2. Diduga secara parsial pendapatan konsumen, status halal, dan higienitas berpengaruh positif terhadap jumlah permintaan produk makanan Susu Kaleng di Toserba Griya Ciawi.
3. Diduga secara parsial pendapatan konsumen, status halal, dan higienitas berpengaruh positif terhadap jumlah permintaan produk makanan Mi Instan di Toserba Griya Ciawi.
4. Diduga secara bersama-sama pendapatan konsumen, status halal, dan higienitas berpengaruh terhadap jumlah permintaan produk makanan Gula Pasir di Toserba Griya Ciawi.
5. Diduga secara bersama-sama pendapatan konsumen, status halal, dan higienitas berpengaruh terhadap jumlah permintaan produk makanan Susu Kaleng di Toserba Griya Ciawi.
6. Diduga secara bersama-sama pendapatan konsumen, status halal, dan higienitas berpengaruh terhadap jumlah permintaan produk makanan Mi Instan di Toserba Griya Ciawi.