

SKRIPSI

PENGARUH ATMOSFER RESTORAN DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH RESTORAN DI KOTA BANDA ACEH (MASYARAKAT MUSLIM KOTA BANDA ACEH)



Disusun Oleh:

**AHMAD FUAD SUNGKAR
NIM. 200602048**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M / 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Ahmad Fuad Sungkar
NIM : 200602048
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 23 Juli 2025

Yang Menyatakan



(Ahmad Fuad Sungkar)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Atmosfer Restoran Dan Label Halal Terhadap Keputusan Memilih Restoran Di Kota Banda Aceh (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)

Disusun Oleh :

Ahmad Fuad Sungkar

NIM : 200602048

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Jalaluddin, ST., MA, AWP, CWC.

NIP : 196512302023211002

Pembimbing II



Arini Izzati, SE., ME

NIP/NIDN : -

Mengetahui
Ketua Prodi


Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I.

NIP : 197612172009122001

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Atmosfer Restoran dan Label Halal Terhadap Keputusan
Memilih Restoran di Kota Banda Aceh
(Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)**

Ahmad Fuad Sungkar
NIM: 200602048

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 29 Juli 2025 M
04 Shafar 1447 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Dr. Jalaluddin, ST., MA, AWP, CWC.
NIP. 196512302023211002

Sekretaris

Arini Izzati, SE., ME
NIP/NIDN. -

Penguji I

Seri Murni, S.E, M.Si, Ak
NIP. 197210112014112001

Penguji II

Rizki Mulia Nanda, S.H., M.E
NIP. 199507072025051002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ahmad Fuad Sungkar
NIM : 200602048
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : 200602048@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi

yang berjudul : **Pengaruh Atmosfer Restoran dan Label Halal Terhadap Keputusan Memilih Restoran di Kota Banda Aceh (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 23 Juli 2025

Mengetahui

Penulis

Ahmad Fuad Sungkar
200602048

Pembimbing I

Dr. Jalaluddin, ST., MA, AWP, CWC
NIP. 196512302023211002

Pembimbing II

Arini Izzati, SE., ME
NIP/NIDN. -

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena hanya dengan rahmat, taufiq, serta petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sang *Role Model* agung yang telah membimbing umat manusia menjadi generasi unggul di dunia ini.

Skripsi berjudul “Pengaruh Atmosfer Restoran dan Label Halal Terhadap Keputusan Memilih Restoran di Kota Banda Aceh (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)” disusun sebagai bagian dari pemenuhan persyaratan akademik untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari adanya berbagai kekurangan, baik dari segi isi maupun tata cara penulisan yang masih belum sempurna. Namun, berkat dukungan dan bantuan dari banyak pihak serta rahmat Allah SWT, penulis mampu menyelesaikan proposal ini dengan baik. Oleh sebab itu, pada kesempatan yang berharga ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan karya ilmiah ini.

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. menjabat sebagai Dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri Ar Raniry.
2. Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I bertugas sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muksal, S.E.I., M.E.I mengemban peran sebagai Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar Raniry.
4. Hafiih Maulana, SP., S.HI., ME memimpin sebagai Ketua Laboratorium di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
5. Prof. Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag berperan sebagai Penasihat Akademik (PA) bagi penulis selama masa studi di Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah.
6. Dr. Jalaluddin, ST., MA, AWP bertindak sebagai pembimbing pertama yang telah dengan tulus menyediakan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga dalam proses penyusunan proposal skripsi ini.
7. Arini Izzati, SE., ME sebagai pembimbing kedua, yang dengan ikhlas telah menyediakan waktu, memberikan bimbingan, serta menyampaikan berbagai masukan dan petunjuk berharga kepada penulis dalam proses penyusunan proposal skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry,

terutama di Program Studi Ekonomi Syariah, yang telah membagikan ilmu pengetahuan, pengalaman praktis, panduan, serta perhatian tulus selama masa perkuliahan hingga tahap penyelesaian skripsi ini.

9. Teruntuk kedua orang tua yang sangat saya cintai, yaitu umi Rahimah dan abah Ismed Sungkar, yang selalu menjadi sumber kekuatan melalui dorongan, kasih sayang, perhatian, prayers, dan semangat yang terus menerus diberikan tanpa henti, sehingga penulis dapat meraih hasil terbaik yang tak ternilai harganya dan tidak mungkin dibalas dengan apa pun.
10. Untuk sahabat-sahabat saya M. Hibban Maulana, Muhammad Zayyan Afkar, Putri Gebrina, Mulia Sarina, Hanif Alfaruqy, Fachrul Razi, M. Afdhalurrajul, Al-Maidatul Khasbi, Muhammad Hanif, Zhafira Natasyrah, Rahma Akmalia serta teman-teman dari program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 dan sejumlah kolega lainnya, yang telah memberikan dukungan penuh dalam berbagai bentuk sepanjang perjalanan mulai dari tahap awal hingga selesai penyusunan skripsi ini.

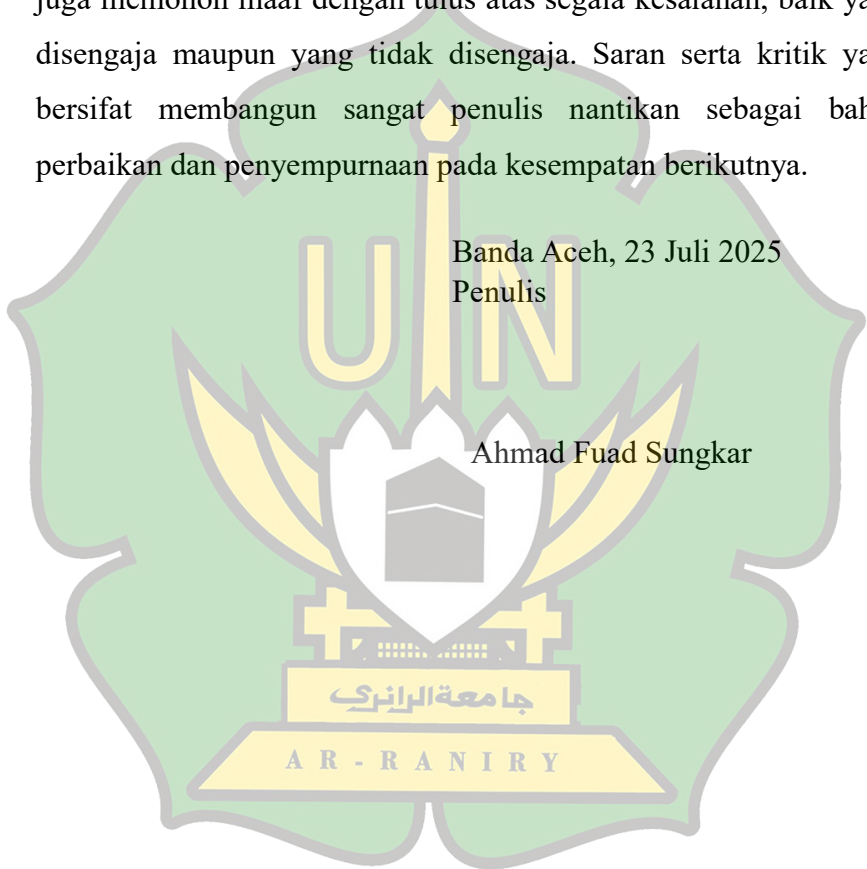
Penulis dengan segala kerendahan hati menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kekurangan tersebut tentunya tidak dapat dipisahkan dari keterbatasan pengetahuan serta kemampuan yang penulis miliki selama proses penyusunan. Meski demikian, penulis berharap seluruh usaha dan jerih payah ini dapat bernilai sebagai amal ibadah, serta memberikan manfaat, baik bagi diri penulis sendiri maupun bagi para pembaca

yang budiman. Pada bagian penutup ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam bentuk apa pun selama proses penulisan ini berlangsung. Penulis juga memohon maaf dengan tulus atas segala kesalahan, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Saran serta kritik yang bersifat membangun sangat penulis nantikan sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan pada kesempatan berikutnya.

Banda Aceh, 23 Juli 2025

Penulis

Ahmad Fuad Sungkar



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987**

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	أ	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ś	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	ص	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘
14	س	S	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َی	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌_و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

A R - R A N I R Y

kaifa : كيف

Haul : هؤل

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أ/إي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ئ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

Qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah h.

- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfal / raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ :

Al-Madinah Al-Madinatul Munawwarah : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ :

Talhah : طَلْحَةُ :

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Ahmad Fuad Sungkar
NIM : 200602048
Fakultas/prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Atmosfer Restoran dan Label Halal
Terhadap Keputusan Memilih Restoran di Kota
Banda Aceh (Masyarakat Muslim
Kota Banda Aceh)
Pembimbing I : Dr. Jalaluddin, ST., MA, AWP
Pembimbing II: Arini Izzati, SE., ME

Jumlah Restoran terus mengalami peningkatan, pun dengan jumlah konsumennya. Beragam aspek dapat memicu preferensi konsumen, Atmosfer Restoran dinilai subjektif, sedangkan Label Halal dianggap menjadi standar umum. penelitian bertujuan menganalisis pengaruh Atmosfer Restoran serta Label Halal terhadap Keputusan Memilih Restoran di Kota Banda Aceh. Menggunakan metode *quantitative* dengan teknik *purposive sampling*, pengumpulan data melalui *questionnaire*. Uji hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear berganda serta uji asumsi klasik terhadap 100 partisipan. Temuan mengindikasikan Atmosfer Restoran maupun Label Halal secara individual memiliki dampak signifikan terhadap Keputusan Memilih Restoran oleh Masyarakat Muslim di Banda Aceh. Secara bersamaan, kedua variabel juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Restoran oleh Masyarakat Muslim di kawasan tersebut.

**Kata Kunci : Restoran, Atmosfer Restoran, Label Halal,
Keputusan Memilih Restoran, Masyarakat
Muslim**

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
2.1 Restoran.....	18
2.1.1 Pengertian Restoran.....	18
2.1.2 Restoran dalam Perspektif Islam.....	20
2.1.3 Klasifikasi Restoran	23
2.1.4 Indikator Restoran dalam Islam	26
2.2 Keputusan Pembelian	29
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	30
2.2.3 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	32
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian	34
2.3 Atmosfer Restoran.....	36
2.3.1 Pengertian Atmosfer Restoran.....	36
2.3.3 Indikator Atmosfer Restoran	39
2.4 Labelisasi Halal	40
2.4.1 Pengertian Label Halal	40

2.4.2 Pengaruh Label Halal dalam Menumbuhkan Minat Beli	42
2.4.3 Indikator Label Halal	43
2.5 Penelitian Terdahulu	44
2.6 Keterkaitan Antar Variabel	54
2.6.1 Hubungan Atmosfer Restoran terhadap Keputusan Memilih Restoran.....	54
2.6.2 Hubungan Label Halal Terhadap Keputusan Memilih Restoran	55
2.7 Kerangka Berpikir.....	57
2.8 Hipotesis.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1 Jenis Penelitian	61
3.2 Populasi dan Sampel	61
3.2.1 Populasi Penelitian	61
3.2.2 Sampel Penelitian	62
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.3.1 Data Primer	65
3.3.2 Data Skunder	66
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	66
3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel	67
3.4.1 Definisi Variabel.....	67
3.4.2 Variabel Dependen (Y)	68
3.4.3 Variabel Independen (X)	69
3.5 Operasionalisasi Variabel	71
3.6 Skala Likert.....	73
3.7 Metode Analisis.....	75
3.8 Pengujian Kualitas Instrumen (Kuesioner)	76
3.8.1 Uji Validitas.....	76
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	77
3.9 Uji Asumsi Klasik	78
3.9.1 Uji Normalitas	78
3.9.2 Uji Multikolinieritas	79
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	80
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda	80
3.11 Rancangan Pengujian Hipotesis	81
3.11.1 Uji Parsial (Individu).....	81

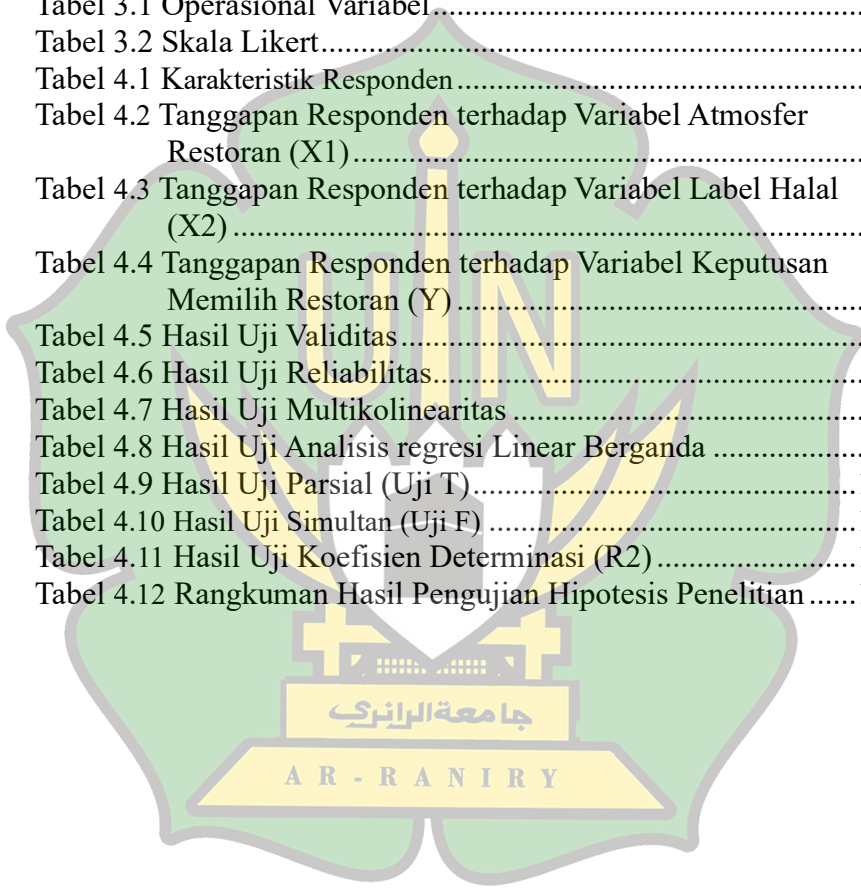
3.11.2 Uji Simultan (Bersamaan)	82
3.11.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	84
4.1 Karakteristik Responden	84
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	85
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	86
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Domisili	86
4.2 Deskriptif Variabel Penelitian	87
4.2.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Atmosfer Restoran (X_1)	88
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Label Halal (X_2)	89
4.2.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Memilih Restoran (Y)	91
4.3 Analisis Kualitas Instrumen	93
4.3.1 Hasil Uji Validitas	93
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	94
4.4 Uji Asumsi Klasik	95
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	95
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	97
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	98
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	99
4.6 Pengujian Hipotesis	101
4.6.1 Uji Parsial (Uji T)	101
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	103
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	104
4.7 Pembahasan	106
4.7.1 Pengaruh Atmosfer Restoran terhadap Keputusan Memilih Restoran	106
4.7.2 Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Memilih Restoran	107
4.7.3 Pengaruh Atmosfer Restoran dan Label Halal terhadap Keputusan Memilih Restoran	110

BAB V PENUTUP	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	120



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Produk/Restoran Bersertifikat Halal Kota Banda Aceh..	11
Tabel 2.1 Klasifikasi restoran	23
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	71
Tabel 3.2 Skala Likert.....	73
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	83
Tabel 4.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Atmosfer Restoran (X1)	87
Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Label Halal (X2)	88
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Memilih Restoran (Y)	90
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	92
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	94
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	96
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis regresi Linear Berganda	98
Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	101
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (Uji F)	102
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	103
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	104



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah usaha penyedia makan minum di Banda Aceh 2023	5
Gambar 2.1 Tahapan pengambilan Keputusan pembelian	33
Gambar 2.2 Kerangka berpikir	55
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	95
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	95
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	97
Gambar 4.4 Kerangka Pemikiran Setelah Pengujian.....	104



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2 Tabulasi Data	124
Lampiran 3 Hasil Output Analisis Data	134
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	144



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Islam adalah agama yang mencakup seluruh aspek kehidupan secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa setiap sisi kehidupan manusia telah diatur secara lengkap dalam ajarannya. Berbagai aktivitas manusia, termasuk aktivitas ekonomi, merupakan bagian integral dari ajaran Islam. Salah satu aspek ekonomi yang dijalani manusia setiap hari adalah kegiatan konsumsi. Dalam ajaran Islam, konsumsi bukan hanya aktivitas ekonomi semata, melainkan juga menunjukkan kedekatan spiritual antara seorang hamba dengan Allah SWT. Segala tindakan dalam mengonsumsi barang maupun jasa menjadi bentuk *dzikrullah*. Islam memberikan batasan agar umatnya menghindari produk yang haram, guna menjaga keselamatan baik di dunia maupun di akhirat. Ketentuan ini ditujukan demi kemaslahatan konsumen itu sendiri (Faizal, 2022).

Bagi masyarakat Muslim, memilih serta mengonsumsi hidangan yang halal sekaligus menghindari yang haram merupakan kewajiban yang tak bisa dinegosiasikan. Tanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap produk maupun layanan yang dikonsumsi sesuai dengan prinsip halal terletak pada individu masyarakat Muslim. Salah satu cara praktis untuk memverifikasi kehalalan suatu makanan adalah dengan memperhatikan label halal pada produk maupun pada restoran tempat makanan disajikan. Kini, pertumbuhan

Restoran berlangsung sangat cepat dan terlihat nyata, tidak hanya secara global, tetapi juga di tanah air. Saat ini, kegiatan kuliner tidak sekadar memenuhi kebutuhan dasar, melainkan telah bertransformasi menjadi bagian dari *lifestyle*. Peran Restoran juga telah berubah, bukan hanya sebagai tempat menikmati sajian, melainkan juga menjadi ruang interaksi sosial. Di Indonesia, sektor kuliner menunjukkan peluang yang menjanjikan untuk terus diperluas dan dikembangkan (Fachri, 2018).

Kemajuan ini diperkuat oleh laporan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada Juni 2023 yang mengungkapkan bahwa sektor kuliner merupakan bagian dari industri kreatif dengan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Kemenparekraf, subsektor kuliner tercatat sebagai kontributor utama terhadap produk domestik bruto (PDB) di bidang ekonomi kreatif. Pada tahun 2020, sektor ini menghasilkan Rp 455,44 triliun, yang mencakup sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 1.134 triliun. Selain itu, sektor kuliner bersama kriya dan fesyen memberikan kontribusi terbesar dalam menyerap 94,4 persen tenaga kerja di industri kreatif. Kementerian Perindustrian juga menunjukkan bahwa pada tahun 2022 terjadi pertumbuhan sebesar 3,68 persen dalam sektor usaha restoran dan tempat makan, meningkat dibandingkan dengan tahun 2021 yang hanya mencapai 2,95 persen. Meningkatnya industri kuliner di Tanah Air salah satunya dipicu oleh perubahan fungsi kuliner yang kini tidak sekadar untuk

memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga telah menjadi bagian penting dari gaya hidup modern masyarakat (Pancawati, 2024).

Perubahan dalam dunia kuliner dari metode konvensional menuju industri yang lebih maju saat ini tidak terlepas dari berbagai aspek pendukung. Beberapa aspek tersebut meliputi unsur budaya, arus *globalization* dalam perekonomian, serta keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia. Keberagaman ini turut melahirkan berbagai kekhasan, termasuk dalam hal kuliner, yang pada akhirnya menjadi daya pikat tersendiri bagi para pelancong (Syahriyal, 2022).

Ketika melakukan perjalanan ke suatu daerah, para pelancong umumnya akan mencari sajian khas yang menjadi identitas kuliner wilayah tersebut. Contohnya, DI Yogyakarta dikenal dengan gudeg-nya, Sumatera Selatan terkenal melalui Pempek Palembang, dan Aceh memiliki *Mie Aceh* serta ayam tangkap yang menjadi favorit. Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dipublikasikan pada Desember 2023, tercatat sekitar 10.900 unit usaha di sektor kuliner tersebar di seluruh penjuru Indonesia pada tahun 2022. Dari jumlah tersebut, sebanyak 9.464 unit (86,83 persen) merupakan Restoran atau rumah makan, 359 unit (3,29 persen) berbentuk jasa katering, sedangkan sisanya, yakni 1.077 unit (9,88 persen), termasuk dalam klasifikasi lainnya (BPS, 2023).

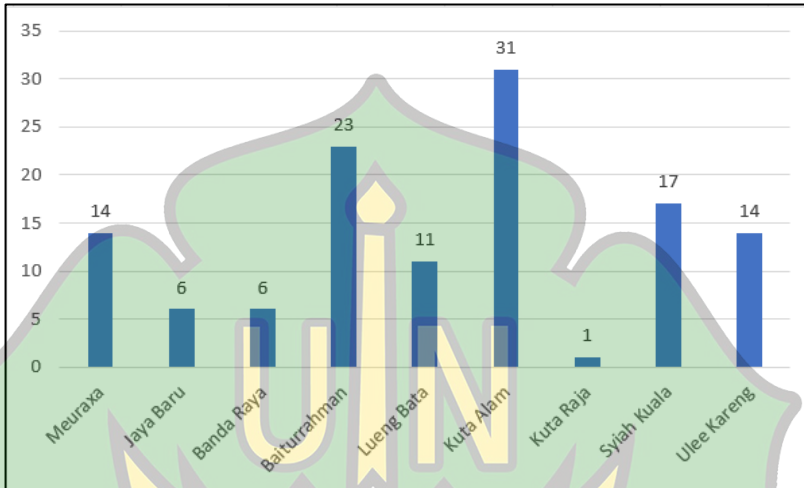
Indonesia masih tergolong sebagai negara yang mengonsumsi produk halal. Meskipun merupakan negara dengan

jumlah penduduk Muslim terbesar kedua di dunia, posisi Indonesia hanya menempati peringkat ke-10 dalam produksi produk halal secara global. Sebagai negara dengan mayoritas Muslim kedua terbesar, Indonesia masih berperan sebagai pasar konsumen utama produk halal. Sekitar 12,6% produk halal makanan diimpor ke dalam negeri. Berdasarkan data dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), terdapat sekitar 30 juta produk usaha yang membutuhkan sertifikasi halal. Namun, hingga saat ini, baru sekitar 725.000 produk yang telah memperoleh sertifikat halal, dengan 405.000 produk di antaranya berasal dari sektor UMKM (Adji, 2024).

Menurut *bpjph.halal.go.id* pada November 2023, dari seluruh wilayah di Indonesia, Jawa Barat menempati urutan teratas sebagai penyumbang terbanyak produk yang telah memperoleh sertifikat halal dibandingkan daerah lainnya. Sertifikat halal ini diserahkan secara cuma-cuma (dikenal sebagai SEHATI) kepada pelaku UMK. Dari total 3,2 juta produk yang sudah memiliki sertifikat halal (BPJPH, 2023). Namun, Provinsi Aceh, yang memiliki populasi Masyarakat Muslim terbesar di Indonesia, justru tidak tercantum dalam daftar tersebut.

Berdasarkan informasi dari *data.bandaacehkota.go.id* yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata pada bulan Juli 2023, tercatat terdapat 123 usaha di bidang makan minum di Kota Banda Aceh sebagai Ibukota Provinsi. Usaha-usaha tersebut tersebar di berbagai kecamatan sebagaimana terlihat pada ilustrasi berikut.

Gambar 1. 1
Jumlah Usaha Penyedia Makan Minum di Kota Banda Aceh
Berdasarkan Kecamatan Tahun 2023



Sumber : data.bandaacehkota.go.id (2023)

Seiring berkembangnya bisnis kuliner, jumlah restoran, kafe, maupun tempat sejenisnya tentu mengalami peningkatan signifikan. Kondisi ini menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternatif untuk menentukan restoran yang akan dikunjungi, baik untuk sekadar makan dan minum maupun bersosialisasi atau menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman. Dengan semakin beragamnya pilihan restoran saat ini, konsumen wajib mengambil keputusan dalam memilih tempat makan yang akan mereka singgahi, yang dalam konteks transaksi barang dan jasa dikenal sebagai keputusan pembelian.

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian makanan, pelanggan semakin menyadari kebutuhan atau permasalahan yang

mereka alami. Setiap individu tentu memiliki alasan khusus dalam menentukan pilihan makanan di restoran. Secara mendasar, keputusan adalah tahapan pemilihan solusi dari beberapa opsi yang tersedia. Pilihan yang diambil harus diperkuat oleh berbagai faktor yang memberikan keyakinan bahwa keputusan tersebut merupakan yang paling tepat dan efektif untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi (Budiman, 2022).

Keputusan pemilihan setiap konsumen tentunya berbeda, karena setiap individu memiliki kriteria tersendiri dalam memilih restoran. Namun secara umum, menurut Rizkyani (2022), keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti label halal, harga produk, mutu produk, kualitas layanan, promosi, dan atmosfer restoran atau suasana toko maupun tempat. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Kartika (2023) yang menyebutkan bahwa elemen-elemen yang memengaruhi keputusan pembelian seseorang meliputi harga produk, pelabelan, pendapatan, biaya, serta suasana atau *atmosphere* tempat.

Atmosfer restoran menjadi faktor yang memengaruhi keputusan individu dalam menentukan pilihan terkait produk atau layanan yang hendak dibeli atau dipilih oleh konsumen, khususnya dalam konteks pemilihan restoran. Atmosfer restoran memiliki peranan krusial dalam meningkatkan mood pelanggan potensial sekaligus menarik perhatian mereka untuk melakukan pembelian di toko maupun restoran. Demi menciptakan suasana yang nyaman di

sebuah restoran, perlu dibentuk mood yang sesuai. Setiap restoran tentunya memiliki atmosfer restoran yang berbeda dalam menarik pelanggan; ada yang menghadirkan kesan mewah, menyenangkan, bahkan romantis (Kusumawati, 2024).

Banyak pihak setuju dengan pendapat yang menyatakan bahwa atmosfer restoran adalah salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menentukan restoran, selain dari kualitas makanan. Tata letak dan desain restoran bisa memengaruhi keputusan memilih restoran, di mana konsumen cenderung melakukan pembelian berdasarkan dorongan perasaan dibandingkan dengan pertimbangan logika atau rasional (Fachri, 2018). Menurut Berman (2018), atmosfer restoran merujuk pada sejumlah karakteristik fisik *restoran* yang dirancang untuk menciptakan kesan tertentu guna menarik perhatian pelanggan, dengan beberapa indikator seperti *Exterior*, *General Interior*, *Layout*, dan *Interior Display* yang bertujuan menarik minat masyarakat Muslim.

Saat ini, alasan pelanggan mengunjungi restoran tidak hanya sebatas makan di luar rumah. Namun, menurut Fachri (2018), berdasarkan penelitian psikologis ditemukan bahwa dorongan Masyarakat Muslim untuk makan di luar adalah guna menjalin interaksi sosial, memperoleh relaksasi, serta mencoba hal-hal baru. Oleh karena itu, beberapa faktor seperti yang telah disebutkan di atas sangat berperan dalam menciptakan desain atmosfer restoran yang

efisien dan mampu memenuhi kebutuhan spesifik konsumen tersebut.

Selain atmosfer restoran, ada faktor lain yang sangat berperan dalam memengaruhi keputusan memilih restoran oleh konsumen, yakni aspek kehalalan. Kini, para konsumen semakin memahami pentingnya memperoleh produk yang halal dan sesuai standar konsumsi, serta mereka menjadi lebih selektif dalam memilih dan membeli produk yang akan dikonsumsi, khususnya di restoran. Sebagai penyedia produk, restoran harus secara konsisten memperhatikan elemen-elemen seperti bahan baku, bahan pengawet, proses pengolahan, cara penyajian, serta memastikan semuanya sesuai dengan ketentuan halal menurut syariat Islam. Kesadaran ini mendorong para konsumen sehingga restoran wajib menjaga standar halal. Saat ini, masyarakat muslim cenderung memilih produk yang membawa label halal karena mereka yakin dan mengerti pentingnya kesinambungan dalam mengonsumsi produk halal (Kusumawati, 2024).

Label halal pada produk makanan bisa dijadikan panduan oleh konsumen Muslim dalam menentukan Restoran atau membeli makanan dan minuman (Wajdi, 2019). Kehadiran label halal ini juga mampu menghilangkan keraguan masyarakat muslim terhadap produk yang dihasilkan oleh produsen, sehingga mereka tidak ragu lagi dalam mengambil keputusan memilih restoran tersebut. Secara definisi, barang halal adalah barang yang sesuai dengan hukum

Islam dan aturan halal berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mewajibkan penggunaan produk yang memenuhi standar kehalalan. Undang-undang ini merupakan kebijakan untuk memberikan kepastian hukum terhadap jaminan kehalalan produk (Dahlan, 2023).

Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara resmi menyatakan bahwa suatu produk telah terjamin kehalalannya sesuai dengan Syariat Islam. Pencantuman label halal diatur dalam UU RI No 18 tahun 2012 pasal 97, yang kemudian diperkuat oleh UU No 33 tahun 2014 mengenai jaminan produk halal. Selain itu, terdapat peraturan teknis yang mengatur label halal, seperti keputusan bersama antara Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI No.427/Men.Kes/SKB/VIII/1985 serta No 68 Tahun 1985 tentang penulisan kata halal pada label makanan. Tulisan halal yang tertera pada label atau tanda produk makanan dianggap oleh hukum sebagai bukti bahwa produsen telah secara sah memenuhi prosedur sertifikasi halal dari LP POM MUI (Hasan, 2014).

Berdasarkan informasi dari *halalmui.org*, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) melaporkan bahwa pada Februari 2024, terdapat sekitar 3.907.884 produk yang telah memperoleh sertifikasi halal. Selain itu, sebanyak 8.614 perusahaan juga telah mendapatkan sertifikat halal melalui inspeksi yang dilakukan oleh *LPPOM* dari Januari hingga September 2024. Angka

tersebut diperkirakan akan terus bertambah seiring dengan fakta bahwa populasi Muslim di Indonesia kini menjadi yang kedua terbesar di dunia setelah Pakistan (Muslimawati, 2023). Menurut data dari Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Indonesia pada pertengahan tahun 2024 diperkirakan mencapai sekitar 281 juta jiwa (BPS, 2024). Mengutip data dari *World Population Review*, Indonesia menempati posisi kedua sebagai negara dengan populasi Muslim terbanyak di dunia, yakni sekitar 236 juta jiwa. Sedangkan posisi pertama dipegang oleh Pakistan dengan jumlah penduduk Muslim mencapai sekitar 240,8 juta jiwa (Dwi, 2024).

Berdasarkan informasi dari *antaranews.com*, Satuan *Gugus Tugas* (Satgas) Halal Kementerian Agama (Kemenag) Provinsi Aceh mematok target menghadirkan sekitar 30 ribu produk makanan dan minuman di wilayah yang dikenal sebagai Tanah Rencong dengan sertifikasi halal pada tahun 2024. Saat ini, Satgas Kemenag lewat Lembaga Pendamping Proses Produksi Halal (LP3H) dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) telah menerbitkan 20.212 sertifikat halal untuk produk-produk yang diproduksi di Aceh (Surry, 2024). Kota Banda Aceh, sebagai ibu kota provinsi, juga memiliki mayoritas penduduk beragama Islam, di mana dari total jumlah penduduk sebanyak 262,96 ribu jiwa, sebanyak 249,27 ribu jiwa merupakan masyarakat Muslim. Data dari LPPOM MPU Aceh tahun 2023 menunjukkan bahwa sudah terdapat sejumlah restoran yang memiliki sertifikat halal di Banda Aceh, termasuk restoran di Hermes Palace Hotel serta restoran yang berada di Hotel Kuala

Radja, keduanya berlokasi tidak jauh dari pusat Kota Banda Aceh. Selain itu *mpu.acehprov.go.id* juga mempublikasi beberapa restoran yang sudah memiliki sertifikasi halal beberapa diantaranya adalah sebai berikut.

Tabel 1. 1
Produk/Restoran Bersertifikat Halal Kota Banda Aceh

No	Nama Produk/Restoran	Kecamatan
1	Agam Fried Chicken	Ulee Kareng
2	Roti Manis dan Makanan Sepinggan	Banda Raya
3	Ayani Family Group	Kuta Alam
4	Hakka Lamian & Rice	Lueng Bata
5	Hassa Ramen	Baiturrahman
7	Ratu Bahtera Mulya	Syiah Kuala
8	RM Nasi Bebek & Ayam Fais	Ulee Kareng
9	Mamesaka Ramen	Kuta Alam
10	Al Hambra Hotel Banda Aceh	Kuta Alam
11	Diva Catering	Syiah Kuala
12	Bawadi Coffee	Ulee Kareng
13	Bitata Food	Banda Raya
14	Jhonny Coffee Roasters	Lueng Bata
15	Rumoh Ummy	Jaya Baru
16	Susu Kurma Al-Qayyim	Jaya Baru
17	Atariki Japan	Kuta Alam
18	Meunara Baru	Jaya Baru

Sumber : *mpu.acehprov.go.id*, 2024 (diolah)

Sertifikasi halal memiliki peranan penting baik bagi pelaku bisnis maupun bagi konsumen. Bagi pelaku bisnis, adanya sertifikat halal membuat masyarakat tidak ragu untuk makan di restoran tersebut, yang tentunya akan berdampak positif pada omset yang diperoleh. Selain itu, jika suatu saat muncul isu tentang penemuan makanan yang mengandung bahan terlarang, maka restoran bersertifikat halal tidak perlu khawatir karena mereka dipastikan tetap aman. Begitu juga bagi konsumen, isu seperti itu dapat menimbulkan trauma dalam memilih restoran, sehingga di masa depan mereka akan lebih memilih restoran yang memiliki sertifikasi halal yang jelas.

Berdasarkan uraian tersebut, faktor atmosfer restoran dan label halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih restoran oleh konsumen. Mengamati kondisi terkini, banyak masyarakat Muslim yang semakin sibuk dengan aktivitas pekerjaan mereka. Mereka perlu bergerak cepat sehingga cenderung memilih opsi yang praktis, seperti makan di restoran cepat saji sekaligus untuk menyegarkan pikiran. Dibandingkan dengan memasak sendiri di rumah yang memakan banyak waktu, masyarakat Muslim lebih menyukai atmosfer restoran yang menyediakan hidangan lezat, suasana nyaman, dan tempat yang cocok untuk melepaskan penat sejenak.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Fachri (2018) mengenai perilaku konsumen muslim dalam menentukan pilihan

restoran, ditemukan bahwa atmosfer restoran memberikan dampak penting terhadap perilaku konsumen dalam memilih restoran, sementara label halal tidak memberikan dampak pada perilaku konsumen dalam menentukan pilihan restoran. Sementara itu, studi dari Kusdiana (2023) mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian makanan menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan oleh konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa keputusan pembelian merupakan topik yang menarik untuk dikaji, beserta faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penulis merasa penting untuk mengembangkan pembahasan ini dengan mengambil lokasi penelitian yang berbeda. Dengan demikian, penulis tertarik melakukan studi berjudul **“Pengaruh Atmosfer Restoran dan Label Halal Terhadap Keputusan Memilih Restoran di Kota Banda Aceh (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran pada bagian latar belakang sebelumnya, maka dapat disusun beberapa pokok permasalahan dalam penelitian ini, yakni:

1. Apakah atmosfer restoran berpengaruh terhadap keputusan memilih restoran di Kota Banda Aceh?
2. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan memilih restoran di Kota Banda Aceh?

3. Apakah atmosfer restoran dan label halal berpengaruh terhadap keputusan memilih restoran di Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam riset ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh atmosfer restoran terhadap keputusan memilih restoran di kota Banda Aceh
2. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan memilih restoran di kota Banda Aceh
3. Untuk mengetahui pengaruh atmosfer restoran dan label halal terhadap keputusan memilih restoran di Kota Banda Aceh

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dalam ranah keilmuan maupun penerapan di lapangan. Beberapa manfaat yang dimaksud antara lain:

1.4.1 Manfaat Secara Akademis

1.4.1.1 Bagi Mahasiswa

Kajian ini diharapkan mampu memperluas pengetahuan pembaca, khususnya terkait aspek kehalalan pada *Restoran* maupun produk tertentu. Selain itu, diharapkan dapat menjadi rujukan tambahan bagi mahasiswa, terutama yang berada di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

1.4.1.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan dari riset ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan pertimbangan atau referensi dalam melanjutkan studi yang serupa, serta sebagai pijakan dalam merumuskan solusi atas permasalahan yang sejenis atau memiliki keterkaitan di masa depan.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

1.4.2.1 Bagi pemerintah

Diharapkan bahwa temuan ini dapat memberikan gambaran kepada pihak berwenang agar lebih aktif dalam proses pemberian sertifikat halal, serta secara berkala mempublikasikan daftar produk maupun Restoran yang telah mengantongi sertifikasi halal di berbagai wilayah, guna memudahkan masyarakat mengenali kehalalan suatu Restoran di daerah mereka.

1.4.2.2 Bagi Perusahaan/Restoran

Penelitian ini dapat membantu pelaku usaha dalam memahami kebutuhan konsumen, dengan terus meningkatkan mutu layanan, menciptakan Atmosfer Restoran yang mendukung kenyamanan, serta mengajukan permohonan sertifikasi halal agar Masyarakat Muslim merasa tenang dalam proses Keputusan Memilih Restoran.

1.4.2.3 Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan tambahan bagi masyarakat luas agar lebih selektif dalam menentukan pilihan terhadap Restoran, dengan menjadikan aspek kehalalan sebagai prioritas utama dibandingkan hanya mempertimbangkan suasana semata, mengingat bagi Masyarakat Muslim, mengonsumsi sesuatu yang halal merupakan kewajiban.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi kajian ini, peneliti menyusun sistematika penulisan yang terbagi menjadi lima bab utama. Masing-masing bab terdiri atas beberapa subbab yang saling berkaitan.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian awal ini, dibahas mengenai pengantar penelitian yang memuat gambaran umum topik secara menyeluruh. Bab ini mencakup beberapa bagian, antara lain: latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, manfaat dari hasil penelitian, serta susunan sistematika dalam karya tulis ini.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab kedua menyajikan teori-teori yang relevan dengan topik yang diteliti. Selain itu, dimuat pula rangkuman dari penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan. Kerangka berpikir

sebagai dasar dalam pelaksanaan penelitian ini juga diuraikan secara sistematis dalam bagian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci pendekatan yang digunakan dalam proses penelitian. Termasuk di dalamnya adalah lokasi dan waktu pelaksanaan, subjek serta objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi dan operasionalisasi variabel, metode analisis data, serta rancangan pengujian hipotesis atau teknik pengolahan data menggunakan metode statistik.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, penulis memaparkan temuan hasil penelitian beserta pembahasannya. Dimulai dari deskripsi data yang diperoleh melalui penyebaran angket, gambaran umum responden; kualitas alat ukur berupa uji validitas dan reliabilitas; dilanjutkan dengan pengujian asumsi klasik, regresi linear berganda, hingga pembahasan hasil yang diperoleh.

BAB V: PENUTUP

Bab penutup berisi ringkasan kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis sebelumnya. Selain itu, disertakan pula beberapa rekomendasi sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini.