

SKRIPSI

**PENGARUH PENYEMBELIHAN HALAL TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN
DI PASAR CALEUE KECAMATAN INDRAJAYA
KABUPATEN PIDIE**



Disusun Oleh:

**M.ALHALIM
NIM. 190602318**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/ 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M.Alhalim

Nim : 190602318

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 mempertanggung jawabkan.**
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap karya orang lain.**
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.**
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.**
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu mempertanggung jawabkan atas karya ini.**

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak atas karya orang lain atas karya saya dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang di temukan bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk di cabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 26 Juli 2022

Yang Menyatakan,



M.Alhalim

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen
Dan Kepuasan Konsumen Di Pasar Caleue Kecamatan
Indrajaya Kabupaten Pidie**

Disusun Oleh:

M. Alhalim

NIM: 190602318

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. Zaki Fuad, M. Ag

NIP: 196403141992031003

Pembimbing II



Rina Desiaha, M.E

NIP: 199112102019032018

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,

Dr. Nilam Sari, M.Ag

NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie

M.Alhalim

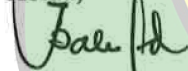
NIM: 190602318

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, 26 Juli 2022 M
27 Dzulhijjah 1443 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Dr. Zaki Fuad, M. Ag

NIP: 196403141992031003

Sekretaris



Rina Desiana, M.E

NIP: 199112102019032018

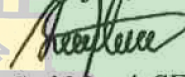
Penguji I,



Jafaluddin, ST., MA

NIDN. 2030126502

Penguji II,



Seri Murni, SE., M.Si. Ak

NIP.197210112014112001

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



Dr. Zaki Fuad, M. Ag

NIP: 196403141992031003



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@arraniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : M. Alhalim
NIM : 190602318
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
E-mail : 190602318@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 PENYEMBELIHAN HALAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN DI PASAR CALEUE KECAMATAN INDRAJAYA KABUPATEN PIDIE: 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 : 10 Agustus 2022

Mengetahui

Penulis

M. Alhalim
NIM. 190602318

Pembimbing I

Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP: 196403141992031003

Pembimbing II

Rina Desiana, M.E
NIP: 199112102019032018

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya*”.

Shalawat beriring salam tak lupa pula penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya yang telah memberikan contoh suri teladan dalam kehidupan manusia yang membawa kita dari alam kebodohan kepada alam yang berilmu pengetahuan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak *Alhamdulillah* penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Zulhilmi, MA selaku Wakil Dekan II dan Dr. Analiansyah, MA selaku Wakil Dekan III

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Cut Dian Fitri, SE., Ak., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku pembimbing I dan Rina Desiana, ME selaku pembimbing II yang dengan kesabarannya dan juga telah banyak meluangkan waktu, tenaga serta pemikirannya dalam membimbing penulis hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Jalaluddin, M.A. selaku penguji I dan Seri Murni, SE., M.Si.Ak selaku penguji II yang dengan kesabarannya dan juga telah banyak meluangkan waktu, tenaga serta pemikirannya dalam menguji penulis hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah. Seluruh dosen, karyawan, serta staf akademik maupun tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan pelayanan kepada penulis.
7. Penjual dan pembeli ayam di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie yang telah membantu mengisi

kuesioner penelitian sehingga penelitian terselesaikan.

8. Kedua orang tua yang terhormat dan yang tercinta Ayahanda Amran serta Ibunda Azizah yang telah mendidik, memberikan bimbingan hidup, memberikan dukungan ketika penulis putus asa, yang selalu menyemangati dan menyayangi serta do'a yang tiada henti kepada penulis.
9. Teruntuk Adik-adik saya tercinta M.Alkautsar, Salsabila dan Muhammad Akhyar serta keluarga besar saya, yang telah mendukung saya selama menempuh studi di UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
10. Teruntuk Sahabat, teman-teman yang selalu menanyakan kapan siap kuliah dan teman-teman seperjuangan yaitu mahasiswa S1 Ekonomi Syariah Leting 2017 sebagai sumber kebahagiaan penulis selama menjalani perkuliahan di kampus.
11. Semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih untuk semua pihak, semoga mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT dan diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Banda Aceh, 26 Juli 2022

M.Alhalim

TRANLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	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	Ḍ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	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 harkat, 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 hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َـي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
َـو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa: كَيْفَ

Haula: حَوْلَ

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ/يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
اِ/يِ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
اُ/يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

قال: *qala*:

رمى: *rama*:

يقول: *yaqulu*:

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

- Ta *Marbutah* (ة) hidup

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

- Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat 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 : روضة الأطفال

al-madinah al-munawwarah/ : المدينة المنورة

al-madinatul munawwarah

talhah : طلحه

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: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : M.Alhalim

Nim : 190602318

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie

Pembimbing I : Dr. Zaki Fuad, M.Ag

Pembimbing II: Rina Desiana, M.E

Di Pasar Caleue pernah terjadi permasalahan pada saat ayam disembelih ada ayam yang hidup kembali, kemudian disembelih kembali. Di Pasar Celeue juga tidak memiliki Sertifikat Halal, oleh karena itu peneliti tertarik memilih judul “Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie”. Tujuan penelitian ini untuk mengukur pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie. Penelitian ini merupakan penelitian yang berbasis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang berjumlah 100 orang. Hasil dari penelitian ini adalah variabel penyembelihan halal berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen.

Kata kunci: Penyembelihan Halal, Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen.

AR - R A N I R Y

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Penjualan	10
2.1.1 Pengertian penjualan	10
2.1.2 Penjualan Dalam Islam	10
2.1.3 Dasar Hukum Penjualan	12
2.1.4 Doa Untuk Menjual	14
2.1.5 Syarat Penjualan	15
2.1.6 Indikator Penjualan Halal	21
2.2 Pengertian Perilaku Konsumen	22
2.2.1 Perilaku Konsumen Dalam Islam	23
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.2.3 Keputusan Pembelian Konsumen	27

2.2.4 Indikator Perilaku Konsumen	28
2.3 Kepuasan Konsumen.....	30
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	30
2.3.2 Pengertian Kepuasan Dalam Islam	30
2.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	31
2.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	32
2.4 Penelitian Terkait.....	33
2.5 Kerangka Berpikir	40
2.6 Hipotesis.....	41
BAB II METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Tempat Dan Lokasi Penelitian	43
3.3 Populasi Dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Jenis Dan Sumber Data.....	44
3.4.1 Data Primer	45
3.4.2 Data Sekunder.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Observasi.....	46
3.5.2 Kuesioner	46
3.6 Skala Pengukuran.....	46
3.7 Operasional Variabel.....	47
3.8 Teknik Analisis Data.....	48
3.8.1 Uji Validitas	48
3.8.2 Uji Reliabilitas	49
3.9 Asumsi Klasik	50
3.9.1 Uji Normalitas.....	50
3.9.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	51
3.10 Pengujian Hipotesis	52
3.10.1 Uji t (Uji Parsial).....	52
3.10.2 Uji f (Uji Simultan)	53
3.11 Koefisien Determinasi.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Wilayah Pidie.....	55

4.1.1	Geografi.....	56
4.1.2	Daftar Mukim Di Kecamatan Indrajaya.....	57
4.1.3	Usaha Ayam Broiler di Pasar Caleue.....	59
4.2	Pelaksanaan Penyebaran Kuesioner.....	60
4.3	Hasil Penelitian.....	61
4.3.1	Karakteristik Responden.....	61
4.3.2	Uji Validitas.....	62
4.3.3	Uji Reliabilitas.....	64
4.3.4	Uji Normalitas.....	65
4.3.5	Uji Regresi Linier Sederhana.....	67
4.3.6	Uji t (Uji Parsial).....	69
4.3.7	Uji f (Uji Simultan).....	70
4.3.8	Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.4	Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP.....		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....		79
LAMPIRAN.....		82



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terkait	35
Tabel 3.1	Skala Likert	47
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.1	Jadwal Penyebaran Kuesioner.....	60
Tabel 4.2	Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia ...	61
Tabel 4.3	Pengelompokan Responden berdasarkan jenis kelamin	62
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas X Terhadap Y1.....	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas X Terhadap Y2.....	66
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Sederhana Antara X Terhadap Y1	67
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Sederhana X Terhadap Y2	68
Tabel 4.10	Hasil Uji t Antara (X) Terhadap (Y1)	69
Tabel 4.11	Hasil Uji t Antara Penjualan(X) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y2)	70
Tabel 4.12	Hasil Uji f Antara Penjualan(X) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y2)	71
Tabel 4.13	Hasil Uji f Antara Penjualan(X) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y2)	72
Tabel 4.14	Hasil Uji Determinasi Antara (X)Terhadap (Y1)	73
Tabel 4.15	Hasil Uji Determinasi Antara (X)Terhadap (Y2)	73

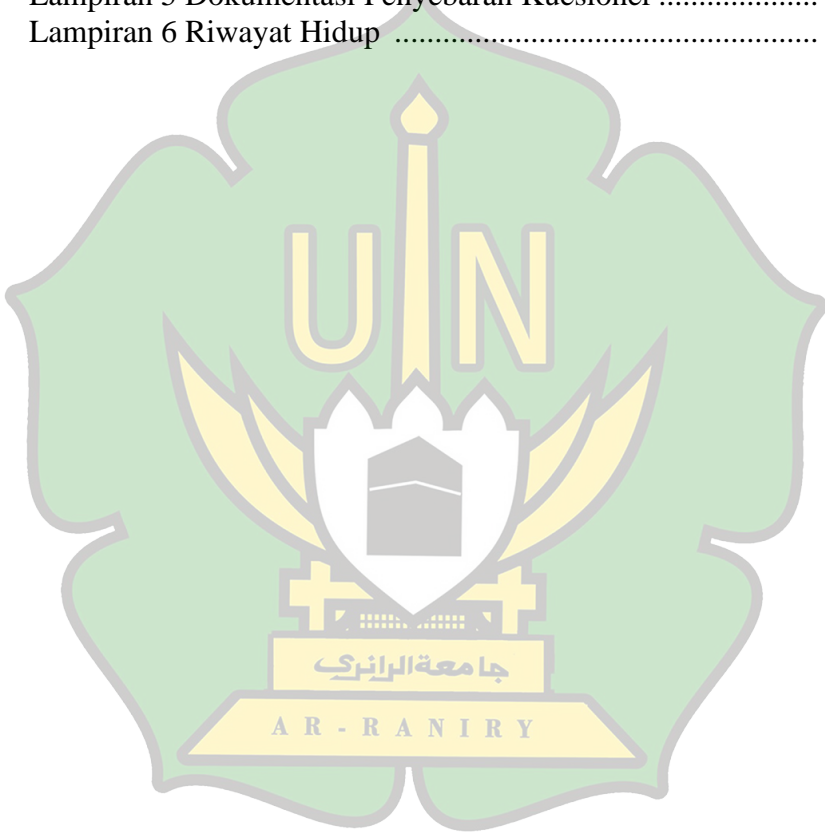
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Pidie	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	82
Lampiran 2 Responden	87
Lampiran 3 Pengelompokan Responden	97
Lampiran 4 Hasil Penelitian	98
Lampiran 5 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	118
Lampiran 6 Riwayat Hidup	119



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Makanan merupakan sumber protein yang berguna bagi manusia, yang berasal dari hewan disebut protein hewani dan yang berasal dari tumbuh- tumbuhan disebut protein nabati. Protein yang berasal dari hewan mempunyai nilai biologi yang tinggi. Karena protein dari hewan mengandung asam amino dalam jumlah yang cukup diperlukan untuk membentuk dan memperbaiki jaringan tubuh manusia. Sehingga protein hewani digolongkan sebagai protein lengkap. Protein hewani merupakan bahan makanan padat gizi. Sebagai contoh, setiap 100 gram daging akan menyediakan gizi bagi orang dewasa sekitar 10% kebutuhan Kalori per hari, 50% protein, 35% zat besi (Hasan, 2001).

Salah satu protein hewani yang memiliki kandungan protein terbesar adalah daging ayam, baik ayam kampung maupun broiler. Ditinjau dari segi ekonomis serta ketersediaannya di pasar tradisional dan pasar modern. Hampir semua jenis lapisan masyarakat dapat mengkonsumsi jenis makanan ini sebagai sumber protein hewani. Hal ini disebabkan daging ayam merupakan salah satu bentuk makanan yang mudah diperoleh dan mudah pula cara pengolahannya. Hal ini menjadikan daging ayam merupakan jenis bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat, sehingga kebutuhan daging ayam juga akan terus

meningkat. Makanan seperti daging ayam juga mempunyai kelemahan yaitu berhubung dengan sifatnya yang mudah sekali rusak atau dapat bertindak sebagai sumber penularan penyakit hewan yang dapat membahayakan kesehatan manusia. Agar daging yang mempunyai nilai gizi tinggi sampai kepada konsumen tetap sehat dan baik, maka rantai yang panjang mulai dari proses produksi, penyimpanan, distribusi dan lalu lintas daging sebelum sampai ke konsumen perlu mendapat pengawasan dan pengaturan sebagaimana mestinya sesuai ketentuan yang ada (Sukmawati, 2018).

Umat Islam tidak seharusnya mengabaikan konsep halal haram dalam kehidupan terutama dari segi makanan. Perkara ini amat penting karena makanan yang halal mampu menjaga pemikiran muslim yang hakiki dan sempurna dari semua segi keperibadian manusia. Halal ini merupakan suatu definisi yang didasarkan pada kaidah hukum Islam. Halal adalah sesuatu yang dibolehkan dan diizinkan oleh syari'at untuk dilakukan. Dalam hal konsumsi makanan, halal merupakan faktor yang mengatur makanan yang boleh dikonsumsi oleh masyarakat yang beragama Islam. Rantai pasok halal adalah rangkaian proses mulai dari sumber pasokan sampai ke konsumen harus terjamin kehalalannya (Rahmawan, 2018).

Perintah mengonsumsi makanan halal dalam Al-Qur'ân menjadi dasar bagi setiap Muslim untuk memperhatikan dan memilih untuk mengonsumsi makanan halal saja. Allah SWT

berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi. Janganlah mengikuti langkah langkah setan karena setan adalah musuh yang nyata bagimu”. (QS. Al-Baqarah: 168). Ayat tersebut memberikan perintah yang jelas untuk memilih makanan dengan kriteria halal dan tayyib. Kehalalan makanan dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: pertama, halal dalam cara memperolehnya, yaitu diperoleh dari rejeki yang halal dan dibenarkan dalam Islam. Kedua, halal zat/bahan dasarnya. Seluruh yang ada di alam ini halal untuk dikonsumsi kecuali beberapa jenis hewan dan tumbuhan yang diharamkan dalam Al-Qur‘ân, yaitu: bangkai, darah, daging babi, sembelihan atas nama selain Allah, dan hewan yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, yang diterkam binatang buas kecuali yang sempat disembelih (Wibowo, 2018).

Sembelihan adalah semua binatang yang halal untuk dimakan yang disembelih dengan baik dalam keadaan berbaring (*dzabh*) maupun berdiri (*nahr*) pada saat menyembelihnya. Demikian kambing dari jenis domba maupun kambing biasa, demikian pula seluruh jenis unggas seperti ayam dan lain-lainnya, semuanya disembelih dalam keadaan berbaring. Untuk memastikan kehalalan sembelihan, harus diperhatikan hewan yang hendak disembelih. Standar hewan yang boleh disembelih adalah hewan yang halal

dimakan, hewan harus dalam keadaan hidup ketika disembelih, kondisi hewan harus memenuhi standar kesehatan hewan yang ditetapkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan. Dalam Islam seorang penyembelih harus memenuhi syarat yang telah ditetapkan. Penyembelih disyaratkan beragama Islam dan sudah akil baligh, memahami tata cara penyembelihan yang syar'i, serta memiliki keahlian dalam penyembelihan.

Syarat sahnya suatu penyembelihan adalah dengan mengalirkan darah, memutuskan urat leher, dan memutuskan tempat penyembelihan (tenggorokan dan kerongkongan) dengan tidak memecahkannya. Penyembelihan ini tidak boleh dilakukan dengan kuku dan gigi. Penyembelihan dilakukan dengan mengalirkan darah melalui pemotongan saluran makanan, saluran pernafasan/tenggorokan, dan dua pembuluh darah. Proses penyembelihan dilakukan satu kali dan secara cepat serta memastikan adanya aliran darah dan/gerakan hewan sebagai tanda hidupnya hewan dan memastikan matinya hewan disebabkan oleh penyembelihan tersebut (Yuliana, 2020).

Penyembelihan halal sangat penting karena dengan penyembelihan yang halal dan sesuai syariat, konsumen akan percaya sepenuhnya bahwa hasil pemotongan tersebut halal karena penyembelihan dan pengolahannya sesuai dengan syariat Islam, dengan konsumen percaya bahwa pemotongan tersebut halal maka pendapatan pedagang akan meningkat. Karena Islam sangat menekankan tentang kehalalan makanan, terutama kehalalan hewan

yang dipotong. Hal ini akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen, dan pendapatan pedagang. Karena perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk, tentu sebagai konsumen memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli, mulai dari harga, kualitas, fungsi atau kegunaan barang maupun kehalalan dari barang yang akan kita konsumsi tersebut. Kegiatan memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli termasuk kedalam perilaku konsumen.

Memahami konsumen akan menuntun pemasar pada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Misalnya saja ketika pemasar mengetahui bahwa konsumen yang menginginkan produknya hanya sebagian kecil saja dari suatu populasi, dan dengan karakteristik yang khusus, maka upaya-upaya pemasaran produk bisa diarahkan dan difokuskan pada kelompok tersebut. Untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen secara individu seperti kelompok referensi, keluarga, persepsi, motivasi, belajar perlu dianalisis untuk mengetahui faktor mana saja yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk. Kedua, setiap perilaku konsumen yang diambil untuk melakukan pembelian pasti didasarkan pada alasan- alasan tertentu, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Proses pengambilan keputusan konsumen sangat berhubungan pada keputusan pembelian oleh karena itu sangatlah penting memahami perilaku konsumen agar

pemasar dapat menngambarkan bagaimana proses keputusan pembelian itu dibuat (Subianto, 2015).

Penelitian sebelumnya, Ridho Anwar 2017 ” Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus Rumah Potong Ayam Alfa Broiler Yosodadi Metro Timur). Dalam penelitian ini penelitian yang digunakan penyusun adalah penelitian lapangan (*field research*), dan sifat penelitiannya adalah deskriptif kualitatif. Adapun langkah-langkah dalam teknis pengumpulan data adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah kualitatif dengan cara berfikir induktif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan judul “ pengaruh” tidak cocok untuk metodenya kualitatif.

Disini penulis mengambil judul pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie dengan metode penelitian kuantitatif. Penulis memilih lokasi ini dengan alasan karena ditempat pemotongan ayam di Pasar Caleue, penulis menemukan permasalahan dalam pemilihan hewan, penyembelihan serta pengolahannya yang belum penulis temukan di tempat lainnya. Dalam standar kesehatan hewan, penulis menemukan bahwa ada beberapa hewan yang belum memenuhi standar kesehatan, yang mana penulis ketahui pada saat ayam sudah dibersihkan ternyata ada ayam yang warnanya hitam lebam dan ada juga yang sebagian dari daging ayam tersebut sudah tidak layak konsumsi. Akan tetapi untuk

standar kesehatan ayam, pembeli tidak bisa memilih mana ayam yang benar-benar sehat dan yang mengandung penyakit. Karena itu dalam praktiknya ada pembeli yang datang membeli daging ayam, penjual langsung mengambil ayam yang masih hidup, setelah disembelih dan dipotong banyak pembeli yang menemukan kecacatan terhadap fisik hewan.

Dalam penyembelihan ayam penulis mendapatkan kejanggalan yang mana dalam penyembelihannya masih diragukan apakah ayam tersebut sudah terpotong urat nadinya, tenggorokannya dan juga alat pernapasannya. Sebab pada saat ayam sudah disembelih masih ada beberapa ayam yang masih hidup kembali. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk memilih judul **Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen dan Kepuasan Konsumen Di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, selanjutnya peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah penyembelihan halal berpengaruh terhadap perilaku konsumen di Pasar Caleue?
2. Apakah penyembelihan halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pasar Caleue?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen di Pasar Caleue

2. Mengetahui pengaruh penyembelihan halal terhadap kepuasan konsumen di Pasar Caleue

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoretis

Secara teoretis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan dan menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan untuk memberikan informasi dan bahan pertimbangan bagi para produsen dan konsumen mengenai penyembelihan halal terhadap hasil sembelihan ayam yang dikonsumsi oleh masyarakat dan hubungan dengan keputusan membeli oleh konsumen.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga akhir. Adapun susunan sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal dari skripsi yang menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian yang dipergunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang ada, kemudian dilanjutkan dengan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Di dalam bab ini data atau informasi hasil penelitian diolah, dianalisis, dikaitkan dengan kerangka teori atau kerangka analisis yang dituangkan dalam bab II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan pembahasan dalam kerangka teori yang telah dikemukakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini berisikan hasil pengolahan data dan analisis atas hasil pengolahan data tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian serta rekomendasi hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penyembelihan

2.1.1 Pengertian penyembelihan

Secara etimologi, penyembelihan adalah menyempurnakan kematian. Sedangkan secara terminologi, penyembelihan adalah memutus jalan makan, minum, nafas dan urat nadi pada leher hewan dengan alat tajam, selain gigi, kuku, tulang dan sesuai syariat.

2.1.2 Penyembelihan Dalam Islam

Menyembelih dalam syariat Islam adalah langkah melenyapkan ruh binatang dengan cara memotong leher kerongkongan dan tenggorokan serta dua urat nadi dengan alat yang tajam, kecuali gigi dan tulang atau cara lain yang dibenarkan oleh syariat Islam. Dalam Islam, proses pemotongan hewan harus mendapat perhatian yang khusus sehingga pemotongannya benar-benar sesuai dengan syariat yang sah. Untuk itu harus mengetahui dan menentukan dengan jelas bagaimana pemotongannya, profesi penyembelih, proses pemotongan pada hewan, alat pemotongan, tata caranya, penyebutan nama Allah SWT, niat serta hal-hal yang berhubungan dengan pemotongan termasuk syarat-syarat sah dan syarat-syarat yang bersifat etis (Rahayu, 2014).

Perhatian ini dianggap perlu karena semakin banyak dan kompleksnya jenis makanan yang menurut sebagian orang dianggap modern dan memenuhi syarat kesehatan, tetapi tidak jelas halal-haramnya. Sebab makanan yang masuk ke dalam tubuh seseorang mempengaruhi tingkah laku orang tersebut. Karena selain merupakan suatu aturan pastinya juga terkandung manfaat disana yaitu terjaminnya kesehatan dan keberkahan atas makanan tersebut. Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*” (QS. Al-Baqarah: 168). Hewan yang boleh dimakan dagingnya oleh manusia tidak halal dimakan kecuali dengan penyembelihan secara syara’ atau dengan cara yang semakna dengannya. Ada dua binatang yang dikecualikan oleh syariat Islam dari kategori bangkai, yaitu belalang dan ikan dengan semua jenisnya dari berbagai macam binatang yang hidup di dalam air (Ali, 2016).

Penyembelihan halal sangat penting karena dengan penyembelihan yang halal dan sesuai syariat, konsumen akan percaya sepenuhnya bahwa hasil pemotongan tersebut halal karena penyembelihan dan pengolahannya sesuai dengan

syariat Islam, dan tidak mengkhawatirkan akan kehalalan daging sembelihan tersebut. Karena Islam sangat menekankan tentang kehalalan makanan, terutama kehalalan hewan yang dipotong. Hal ini akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen, karena perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk, tentu sebagai konsumen memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli, mulai dari harga, kualitas, fungsi atau kegunaan barang maupun kehalalan dari barang yang akan kita konsumsi tersebut. Kegiatan memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli termasuk ke dalam perilaku konsumen (Rahmawan, 2018).

2.1.3 Dasar Hukum Penyembelihan

1. Al-Qur'an

Dasar hukum penyembelihan, diantaranya Firman Allah dalam Surah Al-An'am ayat 118 sampai dengan 119.

فَكُلُوا مِمَّا ذُكِرَ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ إِنْ كُنْتُمْ بِمَا يَتَّبِعُهُ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Maka makanlah dari apa (daging hewan) yang (ketika disembelih) disebut nama Allah, jika kamu beriman kepada ayat-ayat-Nya” (QS. Al-An'am: 118).

وَمَا لَكُمْ أَلَّا تَأْكُلُوا مِمَّا ذُكِرَ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ إِلَّا مَا

اضْطُررْتُمْ إِلَيْهِ وَإِنَّ كَثِيرًا لِّيُضِلُّونَ بِأَهْوَائِهِمْ بَعِيرٍ عَلِيمٍ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِالْمُعْتَدِينَ

Artinya: “ *Dan mengapa kamu tidak mau memakan dari apa (daging hewan) yang ketika disembelih disebut nama Allah, padahal Allah telah menjelaskan kepadamu apa yang diharamkan-Nya kepadamu, kecuali jika kamu dalam keadaan terpaksa. Dan sungguh, banyak yang menyesatkan orang dengan keinginannya tanpa dasar pengetahuan*” (QS. Al-An’am: 119).

Umat Islam memakan binatang halal yang disembelih dengan nama Allah. Sebaliknya, orang-orang mukmin dilarang memakan bangkai dan binatang yang disembelih bukan atas nama Allah, seperti binatang yang disembelih untuk penghormatan kepada berhala sebagaimana yang dilakukan oleh orang-orang musyrik Arab. Orang-orang musyrik Arab menjadikan sembelihan sebagai ibadah. Mereka menyembah tuhan dan patung dengan cara menyembelih binatang. Ayat di atas yang di akhiri dengan ungkapan *inkuntum bi’ayatihi mu’minin* (jika kamu beriman kepada ayat-ayat-Nya). Hal ini menunjukkan bahwa perilaku seseorang memakan suatu makanan erat kaitannya dengan iman. Diantara indikator keimanan seseorang ditandai dengan makanannya, ia hanya memakan binatang yang halal yang disembelih dengan nama Allah. Sebaliknya, perilaku memakan makanan yang haram seperti bangkai

dan binatang yang disembelih bukan atas nama Allah menggambarkan cederanya iman (Arnas, 2018).

2. Hadits

Al-Hadits yang menjelaskan tentang penyembelihan:

إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ . فَإِذَا قَتَلْتُمْ فَأَحْسِنُوا الْقِتْلَةَ وَإِذَا ذَبَحْتُمْ فَأَحْسِنُوا لِلذَّبْحَةِ , وَلْيُحِدَّ أَحَدُكُمْ شَعْرَتَهُ , وَلْيُرِخْ ذَيْبِحَتَهُ ز .

Artinya: “ Syaddad bin Aus bahwa Rasulullah SAW. Bersabda, sesungguhnya Allah mewajibkan berbuat kabaikan terhadap segala sesuatu. Maka, jika engkau membunuh, bunuhlah dengan cara yang baik dan jika engkau menyembelih, sembelihlah dengan cara yang baik, dan hendaknya seorang diantara kamu memperjuangkan pisaunya dan mudahkan (kematian) binatang sembelihnya” (HR. Muslim).

2.1.4 Doa Untuk Menyembelih

Penyembelih harus mengucapkan "Bismillahirrahmanirahi im" terlebih dahulu. Kemudian dilanjutkan membaca doa menyembelih hewan.

اللَّهُمَّ هَذِهِ مِنْكَ وَالْإِنِّكَ فَتَقَبَّلْ مِنِّي يَا كَرِيم

Artinya: "Ya Tuhanku, hewan ini adalah nikmat dari-Mu. Dan dengan ini, aku bertaqarrub kepada-Mu. Karenanya wahai Tuhan Yang Maha Pemurah, terimalah taqarrub-ku."

2.1.5 Syarat Penyembelihan

Syarat penyembelihan yang wajib dipenuhi untuk kehalalan mengkonsumsi daging sembelihan yaitu: Untuk menjadikan halal sembelihan, syariah Islam menetapkan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh tukang sembelih, yaitu profesionalisme (kemampuan). Kemampuan ini ada yang merujuk pada kepercayaan penyembelihan dan ada yang kembali dalam hal-hal karakteristik fisik yang akan dijelaskan melalui penjelasan beberapa madzhab di bawah ini.

Madzhab Hanafi mewajibkan setiap penyembelih harus beragama Islam. Maka orang-orang non muslim sembelihannya tidak sah, kecuali ahli kitab. Yang dimaksud ahli kitab adalah pengikut agama Nasrani atau Yahudi (pengikut Injil dan Taurat) dan orang-orang yang mengenal ahli kitab.

Kalangan Mazhab Maliki memberikan syarat Islam untuk menjadi seorang penyembelih. Selain Bergama Islam, sembelihannya tidak halal dimakan kecuali ahli kitab saja. Termasuk kategori yang tidak boleh dimakan sembelihannya adalah orang murtad, shabiin, majusidan orang musyrik. Maliki mensyaratkan tamyiz (kemampuan membedakan yang baik dan buruk) sebagai batas minimal untuk dapat menjadi seorang penyembelih, baik laki-laki maupun perempuan. Tetapi menurut mereka sembelihan anak kecil yang mumayyiz dan orang fasik dianggap sah namun hukumnya makruh.

Kesimpulan mazhab Maliki adalah orang yang menjadi penyembelih adalah orang muslim atau ahli kitab yang berakal, minimal mumayyiz yang sudah dianggap sah niatnya. Dan ada kasus keragu-raguan tentang penyembelihan ahli kitab yang menghalalkan dan makan bangkai atau hal-hal yang meniadakan syarat-syarat sah penyembelihan, maka dagingnya tidak boleh dimakan karena kita tidak mengetahuinya. Selain itu juga tidak boleh menjualbelikan daging hasil penyembelihan mereka.

Madzhab Syafi'i mewajibkan untuk menjadi seorang penyembelih harus orang muslim. Non muslim penyembelihannya tidak sah dan tidak halal kecuali ahli kitab sesuai dengan nash yang tertulis dalam Al-Qur'an. Orang yang tidak memiliki kitab atau tidak percaya kepada nabi utusan, sembelihannya tidak halal. Termasuk kategori mereka adalah orang-orang aliran kepercayaan kebatinan tanpa jaminan. Sedangkan untuk penyembelihan orang muktazillah dan jabariyah dan aliran yang menurut pandangan ahli ijtihad fikih tidak termasuk kategori kafir atau murtad, adalah sah dan halal, walaupun mereka durhaka atau fasik. Karena maksiat dan fasik masih termasuk golongan umat yang sembelihannya halal. Penyembelihan diwajibkan bahwa penyembelih adalah orang yang berakal baik ia seorang pria atau seorang wanita, baik muslim atau ahli kitab. Jika ia tidak memenuhi syarat ini, misalnya seorang pemabuk, atau orang gila, atau anak kecil

yang belum dapat membedakan, maka sembelihannya dinyatakan tidak halal (Cikande, 2016).

a) Bagian tubuh yang disembelih

Berdasarkan keadaan hewan yang akan disembelih ada dua tempat. Pertama, penyembelihan atas hewan yang dapat disembelih lehernya hendaklah disembelih dilehernya. Penyembelihan yang paling sempurna ialah terputusnya kerongkongan, tenggorokan dan urat nadi. Syarat ini gugur apabila tidak dilakukan penyembelihan tempatnya yang khusus tersebut. Kedua, penyembelihan atas hewan yang tidak dapat disembelih dilehernya karena lari karena kabur atau lepas ikatannya, jatuh kedalam lubang atau lainnya sehingga tidak dapat disembelih. Menyembelihnya dapat dilakukan dimana saja dari badannya, asal dia bisa mati karena luka itu. Madzhab Hanafi berpendapat bahwa tempat anggota tubuh binatang yang dijadikan penyembelihan berbeda-beda sesuai dengan jenis binatang yang akan disembelih. Penyembelihan itu dalam literatur Arab berarti *dzaab*, *nahr* dan *aqr*.

Dzaab adalah penyembelihan khusus sapi, kambing, burung dan hewan yang sejenisnya. *Dzaab* adalah penyembelihan pada tenggorokan (*halq*) binatang ternak, tepat di bawah kedua rahang. Cara ini berlaku untuk semua jenis binatang yang berleher pendek. *Nahr* adalah penyembelihan khusus untuk unta, burung unta dan Jerapah.

Nahr adalah penyembelihan pada lubbah (pangkal leher). Cara ini berlaku untuk menyembelih hewan yang berleher panjang. Sedangkan '*aqr*' adalah melukai pada salah satu bagian tubuh binatang yang akan disembelih. Cara ini khusus untuk binatang dan burung yang tidak bisa dipegang dan ditangkap. Ulama Fiqih juga menyepakati bahwa tempat yang disembelih adalah tenggorokan dan lubbah (lubang leher), dan dikhususkan pada kedua tempat ini karena merupakan tempat berkumpulnya urat-urat yang membuat hewan cepat mati, menjadikan dagingnya baik, dan tidak menyakiti hewan.

Berdasarkan kajian tentang penyembelihan di atas, ditemukan kesamaan istilah penyembelihan yaitu langkah melenyapkan ruh binatang tanpa menyakiti, dengan cara memotong leher kerongkongan dan tenggorokan serta dua urat nadi dengan alat yang tajam, kecuali gigi dan tulang atau cara lain yang dibenarkan oleh syariat Islam.

b) Hakikat penyebutan Nama Allah pada Penyembelihan, Allah SWT berfirman :

وَلَا تَأْكُلُوا مِمَّا لَمْ يُذْكَرِ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَإِنَّهُ لَفِسْقٌ وَإِنَّ الشَّيَاطِينَ لَيُؤْخَوْنَ إِلَىٰ أَوْلِيَآئِهِمْ لِيُجَاوِدُوا بِكُمُ الْإِنْسَانَ إِن كَانَ بَدُنُهُ لَمَمْسُورًا فَمَا يَكْفُرُ الْإِنْسَانُ بِمَا كُنَّ أَفْئِدَةُ يَوْمَئِذٍ تَمَثَّلُونَ لَكُم مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِمْ أَصْنَانًا فَاذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ عِندَ الذَّبْحِ كَذَلِكَ تَتَذَكَّرُونَ .

Artinya: “ Dan janganlah kamu memakan binatang-binatang yang tidak disebut nama Allah ketika menyembelinya. Sesungguhnya syaitan itu membisikkan kepada kawan-kawannya agar mereka membantah kamu;

dan jika kamu menuruti mereka, sesungguhnya kamu tentulah menjadi orang-orang yang musyrik” (QS. Al-an’am: 121).

Yang dimaksud dengan nash ayat diatas menjelaskan sebuah peringatan kepada orang-orang yang berpendapat seperti itu. Karena dia menggantungkan hukum kahalalan kepada suatu hal, yaitu yang disebutkannya nama Allah, dengan demikian menunjukkan keharaman kontradiksinya. Namun demikian dengan jelas Allah menerangkan dua hal tersebut pada dua bagian yang sangat jelas. Sedangkan bagian yang kedua adalah pada ayat:

“Dan janganlah kamu memakan binatang-binatang yang tidak disebut nama Allah ketika menyembelinya.” (Al-An’am: 121). Yang perlu diperhatikan yang menjadi penyebab masalah ini adalah bahwa Allah mengharamkan bangkai, karena pada bangkai tidak disebutkan nama Allah. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa jika kita hanya menganggap cukup dengan keberadaan sebabnya, berarti kita tidak mencantumkan tasmiyah (penyebutan nama Allah) sebagai syarat dalam penyembelihan dan perburuan. Tetapi jika kita sebutkan secara keseluruhan, berarti harus mencantumkan tasmiyah dalam sahnya sebuah penyembelihan dan perburuan.

c) Alat untuk menyembelih

Alat yang digunakan untuk menyembelih hewan harus yang tajam agar dapat mempercepat proses kematian binatang itu dan tidak terlalu menderita sewaktu disembelih. Oleh karena itu, alat yang dipakai sebaiknya terbuat dari besi atau tembaga, seperti pisau atau golok. Sementara itu, gigi, kuku, dan tulang tidak boleh dipergunakan untuk menyembelih meskipun tajam atau lancip. Alat penyembelihan yang tajam dimaksudkan agar tidak menyakiti hewan. Sedangkan larangan menggunakan kuku, gigi/taring atau tulang dikarenakan penyembelihan dengan gigi dan kuku merupakan penyiksaan binatang. Ketika digunakan untuk menyembelih, gigi dan kuku hanya berfungsi untuk mencekik binatang, bukan mengalirkan darahnya. Binatang yang tecekik akan tersiksa. Hal ini berbeda dengan alat yang mengalirkan darah di urat leher serta memutus tenggorokan dan kerongkongan.

Dengan berdalih ada hadits dan nash-nash yang tidak disebutkan, bahwa syariat telah mengharuskan dalam menyembelih hewan agar menggunakan alat, baik alat yang berbentuk senjata maupun perantara hewan buruan. Salah satu syarat menyembelih adalah penggunaan alat penyembelihan. Diisyaratkan menyembelih dengan alat yang tajam dan sekiranya yang mempercepat kematian hewan dan meringankan rasa sakit hewan tersebut. Yang

dimaksud dengan senjata tajam ialah senjata tajam yang idealnya digunakan untuk menyembelih. Sedangkan yang dimaksud dengan saran hewan ialah hewan buas dari jenis yang melata maupun jenis burung, hewan tersebut dilatih khusus untuk berburu, pada masing-masing cara tersebut diharuskan mengikuti ketentuan syara', sehingga hewan yang mati tersebut dalam keadaan halal untuk dimakan sebagaimana yang dikehendaki oleh Allah SWT (Kaco et al., 2020).

2.1.6 Indikator Penyembelihan Halal

Menurut Zuhaili (2010) ada beberapa indikator penyembelihan halal yaitu:

1. Niat untuk menyembelih seekor hewan yang tertentu atau jenis tertentu. Apabila tidak ditunjukkan niat itu pada diri hewan atau jenisnya tidak halal hasil penyembelihan itu. Sebagai contoh, apabila jatuh pisau dari tangan seseorang dan tiba-tiba terkena leher seekor binatang, lalu mati, tidak lah halal binatang itu, karena tidak ada niat atau tujuan untuk menyembelih.
2. Menyegerakan keluar roh hewan dengan memutuskan halqum dan mari'.
3. Masih adanya hayat Mustaqirrah (hidup yang sempurna) sebelum disembelih.
4. Menyembelih dengan alat yang tajam, kecuali gigi, kuku dan tulang.

5. Dilakukan sembelihan dengan sekali potong dan menghadap ke kiblat.
6. Penyembelihan tidak berada dalam ihram.
7. Penyembelihan harus dilakukan oleh orang Islam atau ahli kitab. Tidak sah sembelihan orang majusi, penyembah dan orang murtad. Islam meletakkan garis panduan dalam penyembelihan binatang.

Dari kajian tentang sembelihan di atas, ditemukan kesamaan penyembelihan, proses dan prosedur penyembelihan hewan agar halal dikonsumsi seperti syarat, penyebutan nama Allah, terputusnya kerongkongan, tenggorokan dan urat nadi, alat sembelihan harus tajam, dan orang yang menyembelih harus orang Islam.

2.2 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, penggunaan, pembelian, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen adalah hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Teori perilaku konsumen mempelajari bagaimana manusia memilih diantara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimilikinya.

2.2.1 Perilaku Konsumen Dalam Islam

Perilaku konsumen orang Islam adalah suatu perilaku yang dilakukan dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekedar memenuhi kebutuhan individual, namun juga kebutuhan sosial. Seorang konsumen muslim ketika dia mendapatkan pendapatan maka pendapatan tersebut tidak akan dihabiskannya untuk sendiri, namun sebagian daripada pendapatannya akan dibelanjakan di jalan Allah SWT, ini adalah kesadarannya bahwa ia hidup untuk mencari ridha Allah. Perilaku konsumsi seharusnya dapat memperhatikan aspek-aspek yang merupakan kebutuhan primer, setelah itu sekunder, kemudian baru tersier sesuai dengan maqashid syari'ah, sehingga dalam memenuhi kebutuhannya seorang konsumen mengendepankan kebutuhan pokoknya daripada kebutuhan yang lain untuk membatasi kebutuhan utama manusia daripada kebutuhan lainnya yang tidak terbatas (Wigati, 2011).

Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk tercapainya aspek materi dan aspek spiritual dalam konsumsi, kedua aspek tersebut akan tercapai dengan menyeimbangkan antara nilai guna total dan guna marginal dalam konsumsi. Sehingga setiap muslim akan berusaha memaksimumkan nilai guna dari tiap barang yang dikonsumsi, yang akan menjadikan dirinya semakin optimis dalam menjalani kehidupan. Islam mengajarkan untuk hidup sederhana tidak bersifat royal dan

sia-sia. Sehingga konsumsi yang dikeluarkan umat Islam haruslah sesuai dengan kebutuhan bukan karena memperturutkan hawa nafsu (Sitepu, 2017).

2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor-faktor ini penting untuk diketahui bagi pemasar agar dapat menentukan strategi yang akan diterapkan. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

1. Faktor Kebudayaan

a) Budaya

Budaya adalah penentuan yang paling dasar dari keinginan dimana budaya merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsur- unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas, dan ciri-ciri lainnya. Jadi perilaku manusia sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan zaman dari masyarakat tersebut.

b) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki dan keanggotaannya mempunyai nilai,

minat dan perilakunya yang serupa. Pengertian kelas sosial dalam hal ini adalah tanpa memberdayakan apakah dasar pembagian kelas seperti uang, tanah, kekuasaan atau dasar lainnya. Ukuran untuk kriteria yang biasanya dipakai untuk menggolongkan anggota masyarakat ke dalam kelas-kelas tertentu, seperti kekayaan, kekuasaan, kehormatan, dan ilmu pengetahuan. Dampak dari itu semua menyebabkan adanya kelompok masyarakat yang berpendidikan dan kelompok masyarakat kurang berpendidikan (Timmerman et al., n.d.2020).

2. Faktor Sosial

Pada sektor sosial yang terdiri dari kelompok anutan dan kelompok keluarga.

a) Kelompok Anutan

Kelompok anutan didefinisikan sebagai suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Pengaruh kelompok anutan terhadap perilaku konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merek yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok.

b) Kelompok Keluarga

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan

keputusan membeli. Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang Pertama: Keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Yang Kedua: Keluarga rekreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam satu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

3. Faktor Pribadi

a) Umur dan Tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus psikologi. Orang-orang yang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi ialah seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

c) Gaya Hidup

Pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan.

d) Kepribadian dan konsep diri

Pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan dan cara untuk bertingkah laku. Terutama sebagaimana tingkah lakunya dapat dijelaskan oleh orang lain dengan cara yang cukup konsisten (Santoso, 2013).

2.2.3 Keputusan Pembelian Konsumen

Salah satu keputusan yang penting diambil konsumen dan harus mendapat perhatian yang besar dari para pemasar adalah keputusan pembelian konsumen. Pengambilan keputusan konsumen adalah suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Untuk sampai kepada keputusan pembelian konsumen akan melewati 5 tahap yaitu:

a) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.

b) Pencarian Informasi

Konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhannya.

c) Evaluasi Alternatif

Pada tahap ini konsumen menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih berdasarkan besarnya kesesuaian antara manfaat yang diinginkan dengan yang bisa diberikan oleh pilihan produk yang tersedia.

d) Keputusan Pembelian

Merupakan tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu benda.

e) Perilaku Pasca Pembelian

Merupakan tahapan dimana konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pilihan yang diambilnya .

Berdasarkan tahap keputusan pembelian konsumen tersebut, maka kaitannya dengan penyembelihan halal adalah apabila hasil sembelihan dari rumah potong ayam ini belum jelas kehalalan penyembelihannya apakah konsumen akan tetap membeli atau tidak membeli (Subianto, 2015).

2.2.4 Indikator Perilaku Konsumen

Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian Toyo (2019) indikator perilaku konsumen yaitu:

1. Kepuasan
2. Kemaslahatan

Penelitian Rozayni (2011) indikator perilaku konsumen yaitu:

1. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir
2. Tidak melakukan kemubadziran
3. Kesederhanaan

Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti memilih indikator perilaku konsumen yaitu:

1. Kepuasan

Kepuasan adalah respon akan terpenuhinya ekspektasi konsumen. Sebuah pertimbangan bahwa fitur dari sebuah produk atau jasa memberikan sebuah tingkat kenikmatan terpenuhinya ekspektasi konsumen.

2. Tabzir

Tabzir adalah segala sesuatu pembelanjaan yang tidak memperhitungkan tujuan dan kemanfaatan dan hanya menuruti kesenangan.

3. Kemaslahatan

Kemaslahatan adalah untuk memelihara agama, akal, harta, jiwa dan keturunan/kehormatan. Kelima hal ini merupakan kebutuhan pokok/primer yang menjadi tegaknya kehidupan manusia.

2.3 Kepuasan Konsumen

2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

kepuasan adalah tanggapan konsumen atas terpenuhi kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan sesuai harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan konsumen. Terciptanya kepuasan pelanggan akan memberikan manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan (Tjiptono, 2016).

2.3.2 Pengertian Kepuasan Dalam Islam

Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mementingkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.

Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan. Konsep utilitas sangat subjektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau needs. Mashlahah dipenuhi berdasarkan pertimbangan rasional

normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki masalah ataupun tidak.

2.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Supranto (2010), ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau pengusaha dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, yaitu:

a). Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b). Kualitas Pelayanan

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkannya.

c). Harga

Produk dengan kualitas sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.

d). Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila dia memakai produk dengan merek tertentu.

e). Biaya dan Kemudahan

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

2.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkannya.

3. Harga

Produk dengan kualitas sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.

Dari indikator kepuasan konsumen di atas, maka pengusaha perlu menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan dan harganya, karena dengan menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan dan juga harganya dengan baik, maka hubungan antara pengusaha dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.

2.4 Penelitian Terkait

Penelitian terkait dimaksudkan untuk menghindari duplikasi penelitian yang dilakukan. maka dalam hal ini mengungkapkan tema penelitian terkait yang memiliki hubungan dengan objek penelitian yang akan diteliti, serta melihat perbedaan dengan maksud untuk menunjukkan kelayakan penelitian yang akan dilakukan agar terhindar dari duplikasi. Penyusunan karya ilmiah membutuhkan berbagai dukungan teori dari berbagai sumber untuk rujukan yang mempunyai relevansi yang kuat dengan rencana suatu penelitian. Beberapa sumber literasi yang menurut peneliti mempunyai relevansi yang kuat.

Mahrani 2021 “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Kabupaten Kuantan Singingi. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan harga Ayam(X1), Harga Ikan Nila(X2), Jumlah Tanggungan Keluarga (X3), Dan Pendapatan (X4) ayam broiler (ayam pedaging)di Kabupaten Kuantan Singingi, dan untuk mengetahui elastisitas permintaan terhadap ayam broiler (ayam pedaging) (Permintaan akan elastis apabila $E > 1$, Inelastis $E < 1$, dan elastis Unier $E=1$). di Kabupaten Kuantan Singingi.

Ridho Anwar 2017 ” Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus Rumah Potong Ayam Alfa Broiler Yosodadi Metro Timur). Dalam penelitian ini penelitian yang digunakan penyusun adalah penelitian lapangan (field

research), dan sifat penelitiannya adalah deskriptif kualitatif. Adapun langkah-langkah dalam teknis pengumpulan data adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah kualitatif dengan cara berfikir induktif.

Tengku Putri Lindung Bulan 2016 “ Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen sosis yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti dan tehnik sampel yang digunakan adalah accident sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Metode analisis data menggunakan regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan uji t. Hasil penelitian diperoleh $KP = 2,831+0,828LH$.

Rahmaniar 2015 ” Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi Di Palangka Raya. Untuk penelitian ini akan fokus pada pengaruh perilaku konsumen dan label halal produk makanan oleh rumah tangga terhadap keputusan konsumsi di Kota Palangka Raya untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen dan label halal produk makanan oleh rumah tangga terhadap teknik analisis keputusan konsumsi Korelasi Produk menggunakan SPSS 18.0.

Pasek Suardika 2014 “Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor pemasaran dan psikologis terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Penelitian dilakukan di CV Golden Leaf Farm Bali sebagai tempat studi penelitian dasar yang berlokasi di Desa Gobleg, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali dan di Supermarket untuk menjangkau responden yang disurvei. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 200 responden yang pernah melakukan pembelian minimal 5 kali. Teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi dan wawancara. Dan teknik analisis data dengan bantuan program adalah Visual PLS.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mahrani 2021 “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Broiler (Ayam Potong) Di Kabupaten Kuantan Singingi.	Kuantitatif	Uji koefisien secara parsial : Nilai elastisitas permintaan terhadap jumlah tanggungan keluarga (X3) berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam broiler, sedangkan harga ayam (X1), harga nila (X2) dan pendapatan (X4) .

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
2.	Ridho Anwar 2017 ” Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus Rumah Potong Ayam Alfa Broiler Yosodadi Metro Timur)	Kualitatif	Berdasarkan analisis data yang telah peneliti lakukan, maka terjawab kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh antara penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dalam hal ini untuk membuat keputusan membeli. Karena sebagian besar konsumen dari rumah potong ayam Alfa Broiler memutuskan tetap membeli ayam potong dari rumah potong ayam Alfa Broiler walaupun mereka tidak secara langsung melihat atau mengetahui proses penyembelihannya.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Tengku Putri Lindung Bulan 2016“ Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang	Kuantitatif	<p>Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana $KP = 2,831 + 0,828L$, Nilai konstanta merupakan nilai keputusan pembelian yang belum dipengaruhi oleh label halal yaitu sebesar 2,831. Koefisien regresi label halal sebesar 0,828 memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan bila ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,828 satuan. Uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan hasil $6,881 > 1,984$, dengan demikian H_0 diterima, label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
4.	Rahmaniar 2015 ” Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi Di Palangka Raya	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diperoleh dari uji F (serentak) sebesar 7,132, maka sesuai dengan kriteria uji F tersebut maka H_0 ditolak. Artinya, ada pengaruh secara signifikan antara perilaku konsumen dan label halal secara bersama-sama atau serentak terhadap keputusan konsumsi. Dan dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dan label halal berpengaruh terhadap keputusan konsumsi di Palangka</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Pasek Suardika 2014 “Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali.	Kuantitatif	<p>Faktor psikologis , persepsi tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian sayur organik CV Golden Leaf Farm Bali.</p> <p>Faktor bauran pemasaran produk berpengaruh positif dan sangat nyata terhadap keputusan pembelian sayur organik CV Golden Leaf Farm Bali,</p> <p>Faktor promosi dan lokasi berpengaruh positif namun tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian sayur organik CV Golden Leaf Farm Bali.</p>

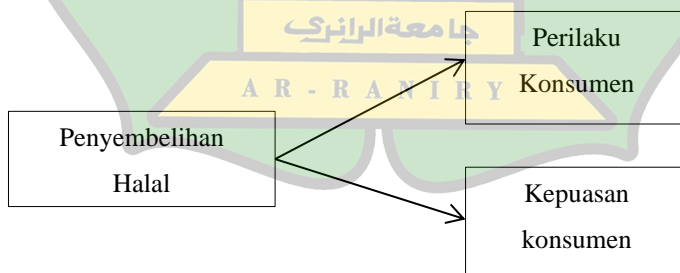
Dari hasil kajian pustaka ditemukan sejumlah persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, persamaannya ditemukan pada penelitian Tengku Putri Lindung Bulan, Pasek Suardika, Mahrani,

Rahmaniar. Sementara perbedaan penelitian ini ditemukan pada penelitian Ridho Anwar.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesiskan dari fakta-fakta, observasi dan telaah keperustakaan. Oleh karena itu, kerangka pemikiran memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Uraian dalam kerangka pemikiran menjelaskan hubungan dan keterkaitan antara variabel penelitian. Variabel-variabel penelitian menjelaskan secara mendalam atau secara rinci dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dasar untuk menjawab permasalahan penelitian. Berdasarkan landasan teori penelitian-penelitian terkait, maka kerangka pemikiran penelitian ini, yaitu:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



2.6 Hipotesis

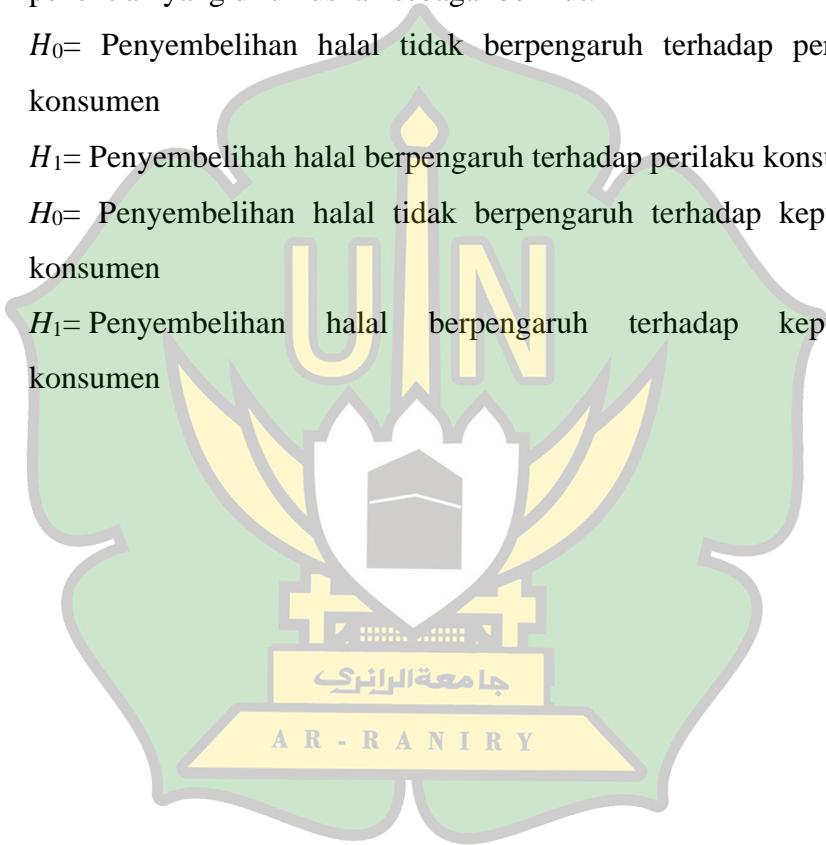
Berdasarkan deskripsi teori, hasil penelitian yang relevan dan kerangka pemikiran di atas, dapat ditarik hipotesis dari masalah penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

H_0 = Penyembelihan halal tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen

H_1 = Penyembelihan halal berpengaruh terhadap perilaku konsumen

H_0 = Penyembelihan halal tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

H_1 = Penyembelihan halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif dalam menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan. Secara umum metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Metode ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri keilmuan, yaitu kegiatan penelitian dilakukan dengan yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia, cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, dan proses dilakukan dengan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis (Sugiyono, 2018).

Metode kuantitatif merupakan metode data yang berlandaskan data yang kongkrit, data penelitian berupa angka-angka yang diukur menggunakan statistik sebagai salah satu uji perhitungan (Sugiyono, 2018). Prosedur dalam pemecahan masalah pada metode penelitian deskriptif adalah dengan menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan (Siregal, 2016). Penelitian ini berhubungan dengan ide, persepsi, pendapatan atau kepercayaan objek penelitian yang terdapat dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan mengenai pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan pendapatan pedagang ayam di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie. Penelitian ini termasuk

penelitian lapangan (*field reseacrh*) yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan dalam lingkungan kehidupan yang sebenarnya, serta tujuan dan arah penelitian deskriptif.

3.2 Tempat Dan Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan langkah awal dalam memulai penelitian yaitu dengan menentukan lokasi penelitian. Lokasi penelitian adalah objek penelitian dilakukan atau tempat dilakukannya penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil tempat/lokasi penelitian di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen di Pasar Caleue.

3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Menurut Malhotra (2010) adalah “*nonprobability sampling is a sampling techniques that do not use chance selection procedures. Rather, they rely on the personal judgment of the researcher*”, artinya *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak menggunakan prosedur seleksi

kesempatan. Sebaliknya, mereka bergantung pada penilaian pribadi peneliti.

Menurut Roscoe yang dikutip Sekaran (2007) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini disesuaikan dengan teori yang dinyatakan oleh Roscoe pada poin pertama yaitu Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam suatu kegiatan penelitian adalah hal yang sangat dibutuhkan yang dapat menentukan tingkat kredibilitas hasil penelitian nantinya. Karena pada umumnya jenis

dan sumber data penelitian dapat dipahami sebagai cara yang digunakan peneliti dalam memperoleh data yang akan ia gunakan dalam penelitiannya. Sumber data yang lengkap dan berasal dari sumber kredibel tentu berdampak pada peningkatan tingkat kredibel hasil dari suatu penelitian.

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data terdiri dari dua jenis sebagai berikut:

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh penelitian langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono, 2018). Data primer penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket (kuesioner) yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018). Data primer penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan koesioner kepada konsumen dan pedagang ayam yang ada di Pasar Caleue.

3.4.2 Data Sekunder

Data primer sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan kepada pengepul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini data sekundernya dari studi perpustakaan,

dokumentasi, literatur, dan buku-buku yang berkaitan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut (Sugiyono, 2018). Observasi dalam penelitian ini melihat langsung pada Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie.

3.5.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab (Sujarweni, 2018). Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup yaitu responden hanya bisa menjawab apa yang disediakan peneliti.

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan penelitian ini menggunakan skala liker. Skala liker digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Dengan menggunakan skala liker maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Keterangan(Jawaban)	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS= Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

3.7 Operasional Variabel

Variabel-variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan menggunakan kuesioner peneliti ingin melihat pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan pendapatan pedagang ayam di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie melalui pada table 3.2.

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

Jenis Variabel	Indikator	Skala
Penyembelihan halal	a. Niat b. Memutuskan halqum dan mari' c. Hewan sehat d. Alat sembelih yang tajam e. Sekali potong f. Tidak dalam ihram g. Harus orang Islam dan ahli kitab	Skala Likert 1- 5
Perilaku konsumen	a. Kepuasan b. Tabzir c. kemaslahatan	Skala Likert 1- 5
Kepuasan konsumen	a. Kualitas produk b. Kualitas pelayanan c. Harga	Skala Likert 1- 5

Sumber: Data Diolah (2021)

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan alat ukur berupa kuesioner. Oleh karena itu, uji validitas digunakan untuk melihat apakah kuesioner yang disusun dapat mengukur objek yang diteliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur data valid atau tidak valid dengan menggunakan kuesioner sebagai alat ukur. Tingkat validasi dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r hitung pada tabel *correlations* untuk

tiap variabel dengan r tabel tingkat signifikan 0.05 dengan ketentuan sebagai berikut:

Bila : r hitung $>$ r tabel, berarti analisis dapat dinyatakan valid
 r hitung $<$ r tabel, berarti analisis tersebut dapat dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2018).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat dalam mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018).

Uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan, data yang tidak reliabel, tidak dapat diproses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang biasa. Suatu alat ukur yang dinilai konsisten reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2018).

Pengujian kehandalan variabel berdasarkan pengambilan keputusan:

1. Jika r_{α} positif dan $r_{\alpha} > r_{\alpha}$, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
2. Jika r_{α} positif dan $r_{\alpha} < r_{\alpha}$, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen, peneliti menggunakan *alpha cronbach's* menunjukkan bahwa

Alpha cronbach's dapat diterima jika $>0,6$. semakin dekat *Alpha cronbach's* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal. Uji realibilitas ini diolah menggunakan *software SPSS 22.0 for windows* (Ghozali, 2018).

3.9 Asumsi Klasik

Tujuan uji asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak biasa dan konsisten. Adapun pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2018).

Penelitian ini melakukan uji normalitas data dengan melihat nilai signifikan di bagian Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wik dari dalam tabel Test of Normalitas. Dalam uji normalitas, peneliti menggunakan nilai signifikan di bagian Kolmogorov-Smirov karena data yang diuji lebih besar dari pada 50, jika data yang diuji lebh kecil dari pada 50 peneliti menggunakan nilai signifikan di Shapiro-Wik. Dasar pengambilan keputusan adalah berdasarkan kriteria pengujian (Sarjono, & Juanita 2011) sebagai berikut:

1. Angka signifikan uji Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wik signifikan $> 0,05$ menunjukkan data berdistribusi normal.
2. Angka signifikan uji Kolmogorov atau Shapiro-Wik signifikan $<$ menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

3.9.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie. Maka pengujian dilakukan dengan menggunakan linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana merupakan analisis statistika yang bersifat parametrik dimana data yang digunakan harus memiliki skala pengukuran sekurang-kurangnya interval dan berdistribusi normal.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y=a+bx$$

Keterangan:

Y= Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a= Harga Y, ketika harga X= 0 (harga konstan).

B= angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen (Sugiyono, 2018).

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t (Uji Parsial)

Nilai t digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1. Menentukan Hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen

H_1 = Ada pengaruh secara signifikan antara penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen

2. Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikan menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0.05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

3. Menggunakan t hitung

Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = n-2

4. Kriteria pengujian

H_0 diterima jika t hitung < t tabel

H_0 ditolak jika t hitung > t tabel

5. Membuat kesimpulan

3.10.2 Uji f (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016).

Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 tidak. Artinya, semua variabel independent/bebas tidak

memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

3.11 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui persentase variabel dependen yang ditimbulkan oleh variabel independen. Interval antara nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0 hingga 1. Jika R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa hasil model regresi baik atau dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara keseluruhan. Sebaliknya jika R^2 mendekati 0, variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat secara keseluruhan.

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari penyembelihan halal (X) terhadap perilaku konsumen (Y1) dan kepuasan konsumen (Y2) dilakukan perhitungan statistik dengan menggunakan koefisien determinasi (KD).

$$Kd = r_{yx}^2 \times 100\%$$

Keterangan: Kd = Nilai koefisien determinan

R_{yx}^2 = Nilai koefisien korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Wilayah Pidie

Pidie adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Aceh, Indonesia. Pusat pemerintahan Kabupaten ini berada di Sigli. Kabupaten ini merupakan Kabupaten dengan jumlah penduduk terbesar kedua di Provinsi Aceh setelah kabupaten Aceh Utara. Jumlah penduduk Kabupaten Pidie pada tahun 2021 sebanyak 435.492 jiwa, dengan kepadatan 141 jiwa/km².

Pidie sebelumnya adalah kerajaan Pedir yang berbeda dengan Aceh, sehingga sampai sekarang Pidie tidak disebut sebagai Aceh Pidie, melainkan Kabupaten Pidie saja. Ketika terjadi konfrontasi dengan Portugal, maka Kerajaan Pedir menggabungkan diri dengan Kerajaan Aceh untuk melawan Penjajah Portugis. Daerah ini merupakan tempat cikal bakal lahirnya Gerakan Aceh Merdeka atau Hasan Tiro yang kini bermukim di Swedia. Namun anehnya, pergolakan justru paling banyak terjadi di kawasan tetangganya dibanding Pidie sendiri.

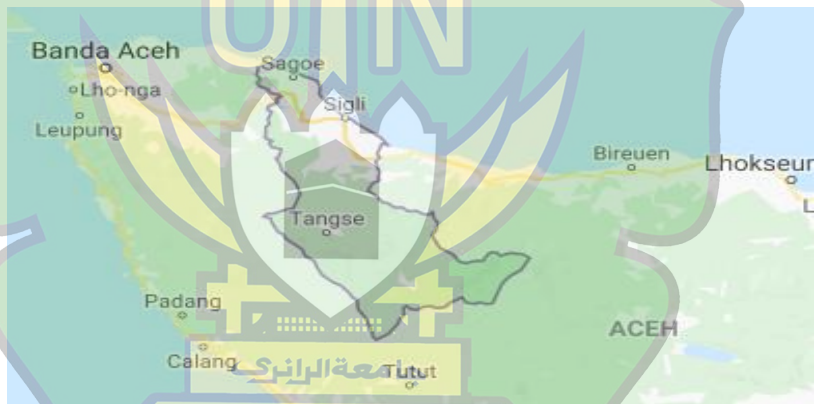
Informasi tentang kerajaan-kerajaan di Pidie dan Pidie Jaya sekarang lebih banyak didominasi oleh sejarah daerah tersebut setelah berada di bawah kekuasaan Kerajaan Aceh Darussalam. Malah Negeri Meureudu dalam Kerajaan Aceh Darussalam memiliki peranan penting sebagai lumbung pangan. Informasi-informasi tentang keberadaan Negeri Meureudu sebelum Kerajaan Aceh Darussalam masih perlu penelitian lebih lanjut. Untuk

membuka tabir informasi ke arah sana, keterangan dari sejarawan H M Zainuddin bisa menjadi informasi awal (Pidie, 2021).

4.1.1 Geografi

Kabupaten Pidie yang membentang diantara 04,30 – 04,60 Lintang Utara dan 95,75 – 96,20 Bujur Timur merupakan salah satu Kabupaten dalam wilayah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD).

Gambar 4.1
Peta Kabupaten Pidie



Pasar Caleue terletak di Kecamatan Indrajaya. Pasar Caleue letaknya strategis yang diapit antara Kota Sigli dengan Kota Bernuen. Maka karena itu penulis lebih memfokuskan pada Kecamatan Indrajaya dalam melakukan penelitian. Di Kecamatan Indrajaya terdapat 49 Gampong yang dibatasi dalam lima Kemukiman dengan luas 23 km².

4.1.2 Daftar Mukim Di Kecamatan Indrajaaya

1. Kemukiman Caleue

Di Kemukiman ini terdapat 5 Gampong dengan luas wilayah 369 Ha, yaitu:

- a. Gampong Dayah Caleue
- b. Gampong Tampieng Baroh
- c. Gampong Tampieng Tunong
- d. Gampong Jurong
- e. Gampong Keutapang

2. Kemukiman Bluek Grong-Grong

Di Kemukiman ini terdapat 16 Gampong dengan luas wilayah 918 Ha, yaitu:

- a. Gampong Ulee Birah
- b. Gampong Mesjid Baro
- c. Gampong Cot Seukee
- d. Gampong Drien
- e. Gampong Rumia
- f. Gampong Baro Bluek
- g. Gampong Dayah Bie
- h. Gampong Mesjid Ulee
- i. Gampong Sukon Ulee
- j. Gampong Lamreuneung
- k. Gampong Lamkabu
- l. Gampong Wakheueh
- m. Gampong Guci

- n. Gampong Balee Baroh Bluek
- o. Gampong Teungoh Blang
- p. Gampong Mesjid Dijiem

3. Kemukiman Lhok Kaju

Di Kemukiman ini terdapat 8 Gampong dengan luas wilayah 580 Ha, yaitu:

- a. Gampong Blang Lhok Kaju
- b. Gampong Mesjid Lam Ujong
- c. Gampong Baro Jruek
- d. Gampong Dayah Keurako
- e. Gampong Yub Mee
- f. Gampong Pulo Gampong U
- g. Gampong Raya Lhok Kaju
- h. Gampong Pante Lhok Kaju

4. Kemukiman Garot Tungkop

Di Kemukiman ini terdapat 10 Gampong dengan luas wilayah 830 Ha, yaitu:

- a. Gampong Tungkop Cut
- b. Gampong Mesjid Tungkop
- c. Gampong Rawa Tungkop
- d. Gampong Sukon Tungkop
- e. Gampong Meulayu
- f. Gampong Keubang
- g. Gampong Garot Cut
- h. Gampong Dayah Muara Garot

- i. Gampong Blang Garot
 - j. Gampong Pante Garot
5. Kemukiman Gapui Suwiek

Di Kemukiman ini terdapat 10 Gampong dengan luas wilayah 705 Ha, yaitu:

- a. Gampong Balee Baroh Gapui
- b. Gampong Neulop Ii
- c. Gampong Baro Gapui
- d. Gampong Blang Rapai
- e. Gampong Glee Gapui
- f. Gampong Peutoe
- g. Gampong Beureudeup
- h. Gampong Teungoh Suwiek
- i. Gampong Mesjid Suwiek
- j. Gampong Tuha Suwiek

4.1.3 Usaha Ayam Broiler di Pasar Caleue

Ayam merupakan salah satu usaha yang produktif, yang tidak hanya dibutuhkan oleh konsumen, namun juga dibutuhkan oleh penjual nasi goreng, penjual ayam geprek dan sebagainya. Maka karena itu penulis tertarik meneliti lebih lanjut terkait proses penyembelihan halal ayam dengan menjadikan studi kasus di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie. Pasar Caleue letaknya strategis yang diapit antara Kota Sigli dengan Kota Bernuen.

4.2 Pelaksanaan Penyebaran Kuesioner

Tabel 4.1
Jadwal Penyebaran Kuesioner

No	Tanggal	Jumlah responden	Waktu Pelaksanaan	
			Mulai	Selesai
1.	16-Mei-2022	12	10.00	17.00
2	17-Mei-2022	10	10.00	17.30
3	18-Mei-2022	9	10.00	17.00
4	19-Mei-2022	7	10.30	17.00
5	20-Mei-2022	12	10.00	17.00
6	21-Mei-2022	10	09.00	17.00
7	22-Mei-2022	9	10.00	16.00
8	23-Mei-2022	10	10.00	16.30
9	24-Mei-2022	13	10.30	16.30
10	25-Mei-2022	8	10.00	17.00

Berdasarkan Tabel 4.1 Penyebaran keusioner penelitian dilakukan pada tanggal 16 Mei 2022 sampai tanggal 25 Mei 2022. Subjek yang dijadikan responden adalah konsumen di Pasar Caleue sebanyak 100 orang. Setelah melakukan penelitian lapangan, penulis melanjutkan analisis statistik untuk mengetahui bagaimana pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden dimaksudkan untuk menjelaskan karakteristik masing-masing responden dalam penelitian ini, untuk memudahkan peneliti memperjelas responden, maka peneliti mengelompokan responden dalam dua karakteristik, seperti usia dan jenis kelamin.

1. Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan kuesioner, responden diambil dari kelompok umur sebagai berikut:

Tabel 4.2
Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-29	25	25	25	27
30-39	48	48	48	73
>40	27	27	27	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2022)

Dari Tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa terdapat klasifikasi umur responden yang memudahkan untuk melakukan klasifikasi dan analisis responden berdasarkan umur menunjukkan bahwa 48% responden pada penelitian ini memiliki umur dari tahun 30-39 tahun ke atas, 27% responden pada penelitian ini memiliki umur 40 ke atas, kemudian selanjutnya 25% memiliki umur 20-29 tahun.

2. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka diperoleh pengelompokan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ ePercent
Valid	LAKI_LAKI	27	27	27	27
	PEREMPUAN	73	73	73	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2022)

Pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa jenis kelamin responden pada penelitian ini adalah 73% (73 orang) merupakan perempuan dan 27% (27 orang) merupakan laki-laki.

4.3.2 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson pada software SPSS 25. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila $R\text{-hitung} > R\text{-tabel}$ atau $p\text{-value (sig.)} < \alpha (0.05)$. Nilai $R\text{-tabel}$ diperoleh dari table R product moment dengan ketentuan melihat $df = N - 2$, N merupakan jumlah responden. Sehingga diperoleh nilai $R\text{-tabel}$ untuk $df = 100 - 2 = 98$ adalah 0,195. Hasil pengolahan uji validitas menggunakan SPSS 25 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pernyataan	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Penyembelihan halal	X1	0,549	0,195	Valid
	X2	0,582	0,195	Valid
	X3	0,545	0,195	Valid
	X4	0,469	0,195	Valid
	X5	0,605	0,195	Valid
	X6	0,596	0,195	Valid
	X7	0,382	0,195	Valid
	X8	0,529	0,195	Valid
	X9	0,439	0,195	Valid
	X10	0,525	0,195	Valid
	X11	0,450	0,195	Valid
	X12	0,558	0,195	Valid
	X13	0,525	0,195	Valid
	X14	0,494	0,195	Valid
Perilaku konsumen	Y1	0,505	0,195	Valid
	Y2	0,581	0,195	Valid
	Y3	0,540	0,195	Valid
	Y4	0,439	0,195	Valid
	Y5	0,458	0,195	Valid
	Y6	0,460	0,195	Valid
	Y7	0,478	0,195	Valid
	Y8	0,366	0,195	Valid
	Y9	0,515	0,195	Valid
Kepuasan konsumen	Y1	0,513	0,195	Valid
	Y2	0,548	0,195	Valid
	Y3	0,460	0,195	Valid
	Y4	0,457	0,195	Valid
	Y5	0,464	0,195	Valid
	Y6	0,377	0,195	Valid
	Y7	0,481	0,195	Valid
	Y8	0,547	0,195	Valid
	Y9	0,390	0,195	Valid

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil pengujian validitas dengan SPSS di atas menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan yang diuji dalam penelitian ini adalah valid, hal itu dapat dibuktikan bahwa keseluruhan pertanyaan tersebut dapat dilihat pada tabel, keseluruhan R-hitungnya lebih besar daripada R-tabel 0.195.

4.3.3 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah untuk mengevaluasi konsistensi alat ukur dalam mengukur gejala yang sama atau untuk memperoleh hasil yang konsisten. Dalam uji reliabilitas digunakan metode pengukuran reliabilitas Cronbach Alpha (α), karena setiap butir pernyataan menggunakan skala pengukuran interval. Jika nilai Cronbach alpha (α) suatu alat lebih besar 0,60, maka dikatakan reliabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reabilitas Coefficient	Minimal Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penyembelih anhalal	14 item pernyataan	0,60	0,834	Reliabel
Perilaku konsumen	9 item pernyataan		0,763	Reliabel
Kepuasan konsumen	9 item pernyataan		0,804	Reliabel

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa data sudah reliabel, hal itu bisa dibuktikan dengan melihat nilai $\alpha_1 = 0.763 > 0.60$. $\alpha_2 = 0.804 > 0.60$ dan $\alpha_3 = 0.834 > 0.60$ sehingga dapat dikatakan data sudah reliabel.

4.3.4 Uji Normalitas

Pada riset ini pengujian terhadap normalitas memiliki kegunaan untuk melihat apakah variabel residual mempunyai distribusi normal ataupun tidak memilikinya dalam model regresi, dikarenakan model regresi yang dianggap signifikan yaitu dengan gaya regresi yang memperoleh nilai residual yang terdistribusi normal, adapun proses atau cara untuk melihat apakah residual terdistribusi normal adalah dengan ulasan pada grafik dan juga uji statistik Ghozali (2013) dalam jurnalnya (Hamid Nur Ikhsan, 2019). Keputusan terkait pengujian uji asumsi klasik normalitas dapat dikatakan data sudah terdistribusi normal yaitu dengan melihat nilai signifikan harus di atas 0,05. Jika nilai $\text{sig} > 0.05$ maka data dapat dikatakan terdistribusi normal namun sebaliknya apabila data < 0.05 maka data belum terdistribusi normal.

1. Hasil Uji Normalitas X terhadap Y1

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas X Terhadap Y1

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0315388
	Std. Deviation	2,19034134
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,086
	Negative	-.045
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,193 ^c

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil pengujian ditabel dapat dilihat bahwa nilai sig $0.193 > 0.05$ sehingga dapat dikatakan data sudah terdistribusi normal. Atau dapat juga dikatakan bahwa data kuesioner penyembelihan halal (X) sudah terdistribusi normal terhadap perilaku konsumen (Y1).

2. Hasil Uji Normalitas X terhadap Y2

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas X Terhadap Y2

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,1528911
	Std. Deviation	2,34580162
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,067
	Negative	-.085
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa nilai sig $0.200 > 0.05$ sehingga dapat dikatakan data sudah terdistribusi normal. Atau dapat juga dikatakan bahwa data kuesioner penyembelihan halal (X) sudah terdistribusi normal terhadap perilaku konsumen (Y2).

4.3.5 Uji Regresi Linier Sederhana

1. Uji Regresi Sederhana Antara Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen

Tabel 4.8
Hasil Uji Regresi Sederhana Antara X Terhadap Y1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.652	4.760		.319	.000
Total_X1	.647	.118	.537	5.332	.000

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil di atas maka dapat dilihat bahwa koefisien untuk penyembelihan halal variabel X sebesar 0.647 dengan konstanta sebesar 1.652 sehingga dapat dijadikan model regresi sederhana sebagai berikut

$$Y=a+bx \text{ yaitu } Y= 1652+0.647$$

Dari hasil regresi sederhana di atas maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan variabel X sebesar satu poin maka akan terjadi kenaikan sebesar 0.647 terhadap perilaku konsumen(Y1). Atau dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi kenaikan penyembelihan halal satu poin maka akan menaikkan perilaku konsumen sebesar 0.647. Adapun besar nilai standardized Coefficients Beta adalah 0.537 yang bermaksud sebagai tingkat besarnya pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen.

2. Uji Regresi Sederhana Antara Penyembelihan Halal Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Sederhana X Terhadap Y2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.265	3.770		1.314	.000
Total_X1	.126	.075	.567	1.676	.000

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil di atas maka dapat dilihat bahwa koefisien untuk penyembelihan halal variabel x sebesar 0.126 dengan konstanta sebesar 4.265 sehingga dapat dijadikan model regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y=a+bx \text{ yaitu } Y= 4.265+0.126x$$

Dari hasil regresi sederhana di atas maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan variabel x sebesar satu poin maka akan terjadi kenaikan sebesar 0.126 terhadap kepuasan konsumen y2. Atau dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi kenaikan penyembelihan halal satu poin maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0.126. Adapun besar nilai standardized Coefficients Beta adalah 0.567 yang bermaksud sebagai tingkat besarnya pengaruh penyembelihan halal terhadap kepuasan konsumen.

Untuk melakukan interpretasi kekuatan hubungan antara dua variabel dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi hasil perhitungan dengan menggunakan interpretasi

nilai r adalah sebagai berikut:

- a. 0: tidak ada korelasi antara dua variabel
- b. $>0 - 0,25$: korelasi sangat lemah
- c. $>0,25 - 0,5$: korelasi cukup
- d. $>0,5 - 0,75$: korelasi kuat
- e. $>0,75 - 0,99$: korelasi sangat kuat
- f. 1: korelasi sempurna

Dari data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel penyembelihan halal(X) dengan variabel perilaku konsumen (Y1),memiliki hubungan yang cukup yaitu sebesar 0.537. dan penyembelihan halal (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y2) juga memiliki hubungan yang cukup yaitu 0.567.

4.3.6 Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh penyembelihan halal terhadap variabel terikatnya secara parsial. Pada dasarnya pengujian ini untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen atau variabel terikat terhadap variabel bebas.

Tabel 4.10

Hasil Uji t Antara Penyembelihan(X) Terhadap Perilaku Konsumen(Y1)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.652	4.760		.319	.000
Total_X1	.647	.118	.537	5.332	.000

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil pengujian ditabel maka dapat dilihat bahwa nilai sig $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel penyembelihan halal berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat perilaku konsumen.

Tabel 4.11
Hasil Uji t Antara Penyembelihan(X) Terhadap Kepuasan
Konsumen(Y2)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.265	3.770		1.314	.000
Total_X1	.126	.075	.567	1.676	.000

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil pengujian di atas maka dapat dilihat bahwa nilai sig $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel penyembelihan halal berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen.

4.3.7 Uji f (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016). Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel

independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.12
Hasil Uji f Antara Penjualan(X) Terhadap Kepuasan
Konsumen(Y2)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,812	1	1,712	3,215	,000 ^b
	Residual	39,348	98	3,769		
	Total	42,160	99			
a. Dependent Variable: y1						
b. Predictors: (Constant), x						

Dari hasil ditabel menunjukkan bahwa nilai sig $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa x berpengaruh signifikan terhadap y1.

Tabel 4.13
Hasil Uji f Antara Penjualan(X) Terhadap Kepuasan
Konsumen(Y2)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,954	1	5,044	4,809	,000 ^b
	Residual	60,506	98	7,026		
	Total	66,460	99			
a. Dependent Variable: y2						
b. Predictors: (Constant), x						

Dari hasil di atas menunjukkan bahwa nilai sig $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa x berpengaruh signifikan terhadap y2.

4.3.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menggambarkan proporsi variabel dependen yang secara simultan dapat dijelaskan oleh variabel independen. rentang nilai koefisien determinasi adalah 0-1. Jika nilai (R^2) mendekati 1 maka variabel independen menjadi lebih besar saat menjelaskan variabel dependen, tetapi jika nilai (R^2) mendekati nol (0), variabel independen menjadi lebih kecil saat menjelaskan variabel dependen. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara penyembelihan halal (X) Terhadap Perilaku konsumen(Y1)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.470 ^a	.219	.209	3.441

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil di atas menunjukkan nilai R- Squared adalah 0.219 atau sebesar 21,9% di mana hal ini menunjukkan bahwa penyembelihan halal hanya mampu menjelaskan variabel terikat perilaku konsumen hanya sebesar 21,9% sedangkan sisanya 78,1% adalah dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara penyembelihan halal (X) Terhadap Kepuasan konsumen(Y2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.519	.511	.985

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil di atas menunjukkan nilai R- Squared adalah 0,519 atau sebesar 51,9% dimana hal ini menunjukkan bahwa penyembelihan halal hanya mampu menjelaskan variabel terikat kepuasan konsumen hanya sebesar 51,9 % sedangkan sisanya 49,1% adalah dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan

Penyembelihan halal merupakan suatu hal yang sangat penting yang perlu diperhatikan khususnya bagi seluruh umat muslim di dunia. Aceh yang menjadi sebuah daerah yang dikenal dengan kekentalan Islamnya maka tentu harus sangat memperhatikan terkait dengan penyembelihan halal. Adapun dalam mempermudah penelitian yang sedang penulis lakukan maka penulis mempersempit lagi titik wilayah yang akan dijadikan studi kasus penelitian ini. Area yang dijadikan studi kasus adalah Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie. Kecamatan Indrajaya menurut penulis menjadi tempat yang lebih strategis dari titik letaknya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen dan kepuasan konsumen. Sehingga penulis ingin melihat bagaimana pengaruh setiap variabel bebas ini terhadap variabel terikat penyembelihan halal.

1. Pengaruh perilaku konsumen (Y1) terhadap penyembelihan halal (X) Berdasarkan dari hasil penelitian perilaku konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap penyembelihan halal, Indonesia khususnya Aceh dengan penduduknya adalah mayoritas muslim, maka jawaban mereka mayoritas menunjukkan setuju dan sangat setuju terhadap penyembelihan halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap penyembelihan halal dimana data kuesioner

disebarkan terhadap 100 orang pembeli ayam. Dimana pada data kuesioner perilaku konsumen terdapat 9 pertanyaan dan variabel terikat penyembelihan halal terdapat 14 pertanyaan. Hasil menunjukkan pada model X pada bagian sig menunjukkan 0.000 dimana hasil ini menunjukkan lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dijelaskan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap penyembelihan halal. Jadi semakin penyembelihan halal diterapkan maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen akan semakin meningkat. Hal ini memberikan pengaruh yang baik sehingga masyarakat bisa mengkomsumsi ayam dengan proses penyembelihan halal. Penyembelihan halal juga akan mengurangi rasa was-was masyarakat yang takut jika penyembelihan ayam di lakukan sesuka hati tanpa memperhatikan anjuran syariat.

2. Pengaruh Kepuasan Konsumen (Y2) terhadap Penyembelihan Halal(X). Berdasarkan dari hasil penelitian maka kepuasan konsumen sebagai variabel terikat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penyembelihan halal variabel bebas. Jumlah pertanyaan dalam data kuesioner variabel kepuasan konsumen adalah berjumlah 9 butir pertanyaan dan penyembelihan halal 14 pertanyaan. Hasil

menunjukkan pada model X pada bagian sig menunjukkan 0.000 hasil ini menunjukkan lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dijelaskan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap penyembelihan halal. Dari hasil tersebut maka dapat dijelaskan bahwa apabila penyembelihan halal diterapkan maka akan memberikan kepuasan terhadap konsumen, hal itu dibuktikan dengan hasil pengujian kepuasan konsumen yang berpengaruh signifikan terhadap penyembelihan halal, faktor yang mendukung terhadap hasil yang signifikan ini dipengaruhi oleh jawaban konsumen yang mayoritas memilih setuju dan sangat setuju terhadap penyembelihan halal. Kepuasan konsumen yang berpengaruh signifikan adalah hasil yang sangat relevan, hal ini dikarenakan Aceh yang dikenal dengan syariat Islam dengan masyarakat yang hampir seluruh penduduk Aceh adalah muslim maka tentu kepuasan konsumen terhadap penyembelihan halal adalah hasil yang sangat relevan.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penyembelihan halal terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen yang dilakukan terhadap 100 responden maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

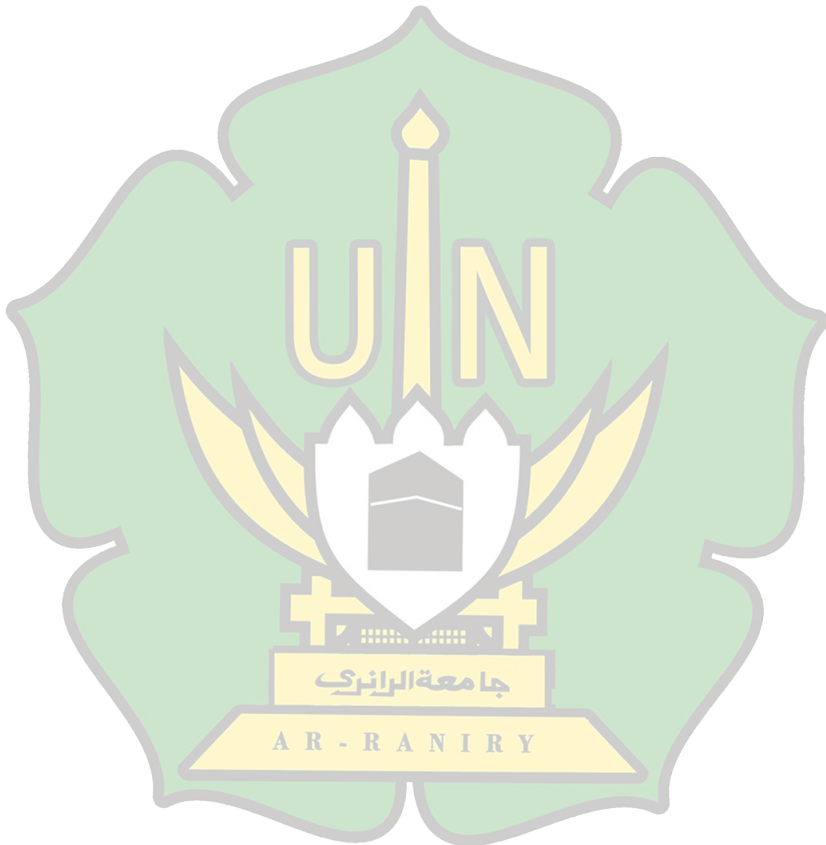
1. Variabel penyembelihan halal berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen
2. Variabel penyembelihan halal berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran yaitu:

1. Bagi pengusaha ayam Broiler perlu menjaga ayam yang disembelih harus sesuai dengan ketentuan syariat Islam, agar halal untuk dimakan. Karena ayam yang disembelih sesuai dengan syariat Islam atau penyembelihannya halal maka akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen.
2. Sebaiknya orang yang bertugas sebagai penyembelih, harus orang yang mengerti tentang tatacara menyembelih sesuai yang dianjurkan syariat Islam.
3. Dalam penelitian ini lebih memfokuskan kepada

konsumen, oleh karena itu untuk peneliti selanjutnya juga harus memfokuskan kepada penjual, untuk kuesionernya juga harus ada pertanyaan untuk penjual.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2016). *Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal*. AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah, 16(2), 291–306.
- Arnas, I. (2018). Uin Alauddin Makassar. *Uin Alauddin Makasar*, 1–68.
- Cikande, K. (2016). *A ; Jurnal Hukum Ekonomi Syariah 117*. 117–142.
- Edi Wibowo, D., & Diah Madusari, B. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan*. Indonesia Journal of Halal, 1(1), 73.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25, Edisi Kesembilan*. Penerbit Undip.
- Hasan Maimunah. (2001). *Al-Qur'an Dan Ilmu Gizi*. Yogyakarta: Madani Pustaka.
- Hasanudin Agus, *Teori Akuntansi*, (Yogyakarta: Cetta Media, 2018), hlm. 183.
- Ismaya Sujana. (2010). *Kamus Akuntansi*. Bandung: CV. Pustaka Grafika Persada. Hlm. 497.
- Kaco, S., Fitriana, N., Hukum, P., Syariah, E., Islam, F. A., & Asyariah, U. Al. (2020). *Vol. 5, No. 2, Nopember 2020*. 5(2), 33–58.
- Malhotra. (2010). *Marketing Research an Apllied Orientation 6th Edition*, United States: Pearson Education.
- Pujiyono, A. (2016). *Teori Konsumsi Islami*. Dinamika Pembangunan, 3(2), 196–207.
- Rahayu, D. I. (2014). *No. 7 Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap*

- Kualitas Pelayanan Pada Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (Studi, 564, 1–73.*
- Rahmawan, A. (2018). *Penerapan Rantai Pasok Halal Pada Komoditas Daging Ayam* . January 2020.
- Rosyidi Suherman. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers. Hlm. 144.
- Rozayni. (2011). *Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Komplek Pemda Perumahan Cemara Rt 03 Rw 04 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau. Hlm. 4.
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*. 6(12), 112–129.
- Sekaran, Uma. (2007). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sitepu, N. I. (2017). *Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia*. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(1), 91–106.
- Siti Muzdalifah. (2017). *Analisis pendapat mazhab Syafi'i dan fatwa MUI no. 12 tahun 2009 terhadap implementasi pemotongan hewan: Studi kasus di RPH UD Deni Jaya Gresik*. Undergraduate Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya., 53(1), 59–65.
- Subianto, T. (2015). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, 165–182.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati. (2018). *Analisis Cemaran Mikroba Pada Daging*

- Ayam Broiler Di Kota Makassar.* (Universitas Muhammadiyah Sorong, 2018).
- Suparyanto, R . W. (2012). *Kewirausahaan: Konsep Realita pada Usaha Kecil.* CV Alfabeta. Jakarta.
- Supranto, J. (2010) *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan.* Rineke Cipta : Jakarta.
- Suratiyah. (2006). *Ilmu Usahatani.* Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suratiyah, K. (2015). *Ilmu Usahatani.* Jakarta: Penebar Swadaya
- Swastha D.H.B. (2004). *Azas-azas Marketing.* Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Strategi Pemasaran.* Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Timmerman, V. A., Mandey, S., & Rate, P. Van. (n.d.). *ISSN 2303-1174 V.Timmerman.,S.Mandey.,P.Van Rate., Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi keputusan pembelian konsumen* 5(2), 1113–1122.
- Toyo Mulyani. (2019). *Labelisasi Halal Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Makanan Sesuai Hukum Islam.* Universitas Muhammadiyah Makassar. Hlm. 72.
- Yuliana Evi. (2020). *Analisis Fatwa Mui Nomor 12 Tahun 2009 Tentang Standar Sertifikasi Penyembelihan Halal Terhadap Pemoangan Ayam Di Rph “Restu Ibu” Desa Karang Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo.* (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020).
- Wigati, S. (2011). *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam.* (01), 18.
- Zuhaili. (2010). *Halal dan Haram dalam Islam,* Alih bahasa oleh Mu’ammal Hamidy, Surabaya: PT Bina Ilmu Surabaya. Hlm . 60.

Lampiran 1

KUISIONER

**Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen
Dan Kepuasan Konsumen Di Pasar Caleue Kecamatan
Indrajaya Kabupaten Pidie**

Yth kepada bapak/ibu/saudara(i)

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, saya M.Alhalim mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penyembelihan Halal Terhadap Perilaku Konsumen dan Kepuasan Konsumen Di Pasar Caleue Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie”**.

Kami harapan kepada bapak/ibu/saudara(i) agar sudi kiranya untuk mengisi kuisoiner penelitian ini dengan jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai dengan fakta di lapangan, dan kami menjamin dalam menjaga kerahasiaan atas jawaban-jawaban yang bapak/ibu/saudara(i) berikan, sehingga dapat memberikan sumbangsih yang sangat berarti dalam penelitian ini. Atas bantuan dan kerjasama yang telah Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan kami ucapkan ribuan terima kasih karena sangat membantu kami dalam mengukur perbandingan dalam penelitian.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat Saya

M,Alhalim
190602318

A. Data Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu /Saudara/i untuk menjawab pertanyaan ini dengan memberikan tanda (x) pada kolom yang tersedia:

1. Nama:
2. Jenis Kelamin
 Laki-laki
 Perempuan
3. Umur:
 20-29 Tahun
 30-39 Tahun
 >40 Tahun

B. Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (X) pada kolom yang tersedia. SS (skor 5) = Sangat Setuju, S (skor 4) = Setuju, KS (skor 3) = Kurang Setuju, TS (skor 2) = Tidak Setuju, STS (skor 1) = Sangat Tidak Setuju

1. Penyembelihan Halal

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Niat						
1.	Menyebut nama Allah pada saat penyembelihan merupakan hal yang wajib					
2.	Menyembelih seekor hewan yang					

	tertentu atau jenis tertentu tetapi tidak ditunjukkan niat pada hewan, tidak halal hasil penyembelihan					
3.	Apabila jatuh pisau dari tangan seseorang dan tiba-tiba terkena leher seekor binatang, lalu mati, binatang itu halal untuk dikonsumsi					
Memutuskan halqum dan mari'						
4.	Memutuskan halqum dan mari' merupakan salah satu syarat sah penyembelihan					
5.	Menyegerakan keluar roh hewan dengan memutuskan halqum dan mari' merupakan syarat sah penyembelihan					
6.	Sembelihan memutuskan halqum, namun mari'nya tidak putus, sembelihan tersebut sah					
Hewan Sehat						
7.	Hewan yang disembelih harus hewan yang sehat					
8.	Hewan yang disembelih masih adanya hayat Mustaqirrah (hidup yang sempurna) sebelum disembelih					
9.	Hewan yang telah diracuni halal dikonsumsi					
Alat Sembelih Yang Tajam						
10.	Alat sembelih yang tajam menyiksa hewan sembelihan					

11.	Menyembelih dengan gigi, kuku, dan tulang boleh dilakukan					
12.	Menyembelih dengan alat yang tajam bertujuan agar tidak menyiksa hewan					
Sekali Potong						
13.	Hewan dapat disembelih lebih dari sekali					
14.	Melakukan sembelihan sekali potong bertujuan agar hewan sembelihan tidak tersiksa					

2. Perilaku Konsumen

kepuasan						
19.	Kualitas ayam berpengaruh terhadap kepuasan konsumen					
20.	Kepuasan adalah respon akan terpenuhinya ekspektasi konsumen					
21.	Pertimbangan sebuah produk dan jasa memberikan tingkat kenikmatan terpenuhinya ekspektasi konsumen					
Tabzir						
22.	Melakukan pembelian secara berlebihan akan menyebabkan tabzir					
23.	Membelikan sesuatu tanpa melihat manfaatnya dibolehkan dalam Islam					
24.	Membelanjakan harta sesuai keinginan termasuk tabzir					
Kemaslahatan						

25.	Penyembelihan halal berpengaruh terhadap kemaslahatan umat					
26.	Kemaslahatan adalah untuk memelihara agama, akal, harta, jiwa dan keturunan/kehormatan					
27.	Agama, akal, harta, jiwa dan keturunan/kehormatan merupakan kebutuhan pokok tegaknya kehidupan manusia					

3. Kepuasan Konsumen

Kualitas Produk						
28.	Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas					
29.	Produk yang berkualitas akan menciptakan loyalitas pelanggan					
30.	Pengusaha perlu menjaga kualitas produk, maka hubungan antara pengusaha para pelanggannya menjadi harmonis					
Kualitas Pelayanan						
31.	Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik					
32.	Pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas pelanggan					

33.	Pelayanan yang baik tidak akan memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali dari pelanggan					
Harga						
34.	Produk dengan kualitas sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya					
35.	Harga yang murah akan menciptakan loyalitas pelanggan					
36.	Pengusaha harus menetapkan harga yang murah untuk pelanggannya					

Lampiran 2
Responden
Responden Variabel Penyebelihan Halal (X)

Penyebelihan Halal X													
x.1	x.2	x.3	x.4	x.5	x.6	x.7	x.8	x.9	x.10	x.11	x.12	x.13	x.14
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	3	4	4	3	2	3	4	2	5	4	3
4	4	5	3	5	5	3	3	3	5	1	5	5	2
5	4	4	2	4	4	2	3	3	5	1	5	4	3
3	4	5	2	4	4	2	3	2	4	1	4	4	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	5	2	4	5	3	3	2	3	2	4	4	2
5	5	3	1	4	4	2	2	3	4	2	4	5	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	2	5	4	1	3	3	5	2	4	5	2
4	4	4	4	4	5	3	2	2	5	2	4	4	2

5	5	5	2	4	4	1	5	2	4	1	4	5	3
4	4	4	3	4	5	2	3	3	5	2	5	5	2
5	4	5	2	4	4	2	3	2	5	2	5	4	2
5	4	4	1	4	5	2	3	2	4	3	4	5	3
3	4	5	1	4	4	3	2	2	3	2	5	5	2
5	4	3	1	5	5	1	3	3	5	3	5	5	3
4	4	4	2	5	5	3	3	3	3	2	4	4	3
4	4	5	2	5	4	3	3	1	4	3	5	5	3
4	4	5	2	5	5	3	3	1	4	2	5	5	3
3	4	4	2	4	4	2	4	1	3	3	5	5	3
5	5	5	2	5	5	2	5	2	4	2	4	4	3
5	5	4	2	5	5	2	3	3	3	3	4	4	3
5	5	5	2	5	4	1	3	3	5	3	4	4	3
4	5	5	2	5	4	1	3	2	5	2	4	4	2
4	5	3	1	4	5	2	3	3	4	3	5	5	3
5	5	5	3	5	4	2	5	3	5	2	5	5	3
4	5	4	1	5	5	2	2	2	5	2	5	5	2
3	5	5	1	4	4	2	3	3	4	3	4	5	2
5	4	4	3	4	4	2	3	3	3	2	5	5	3
5	5	5	3	4	5	3	3	3	4	3	5	5	2
5	4	5	3	4	4	2	2	2	5	2	5	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	2	4	5	2	3	3	4	2	4	5	2
5	4	5	2	4	4	1	2	2	4	2	5	5	3
4	5	5	2	4	4	2	3	3	3	2	5	5	2
5	5	5	2	4	5	2	3	3	4	2	4	5	3
4	4	5	2	5	4	3	3	3	4	3	5	5	2
4	5	4	3	4	5	2	4	3	4	2	5	5	2
4	4	4	3	4	4	2	3	2	5	3	5	5	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	3	5	5	3	2	2	4	3	5	5	3
4	5	5	1	5	5	2	3	3	5	3	5	5	3
4	4	5	3	5	5	3	5	2	4	3	5	5	2

4	5	5	3	5	4	3	2	4	5	3	5	5	3
5	4	4	3	5	5	3	3	2	5	3	5	4	2
4	4	5	3	5	4	3	3	2	4	2	5	4	3
5	5	5	3	5	4	3	3	3	3	2	5	5	2
5	5	5	2	4	5	3	3	1	4	2	4	5	2
5	5	5	2	5	5	1	2	3	4	2	4	5	3
5	4	4	2	4	4	2	3	4	5	1	4	4	2
5	5	5	2	4	5	2	4	1	5	1	4	4	3
4	4	4	2	4	5	3	3	2	4	2	4	4	3
4	4	3	2	4	4	3	3	3	5	1	4	5	3
5	4	4	2	4	5	2	3	2	4	2	4	5	2
5	4	5	2	5	5	2	3	2	5	2	4	5	3
5	4	4	1	5	4	2	2	2	4	2	5	5	2
5	4	5	1	4	5	2	3	2	5	1	5	4	3
4	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	5	5	3
5	4	4	1	5	5	2	3	3	3	3	5	4	2
5	4	5	2	5	4	3	3	3	5	3	4	4	2
5	5	4	2	5	4	3	3	1	4	3	4	5	2
5	5	5	2	5	5	3	3	4	5	3	4	5	3
4	5	3	2	5	4	3	3	1	4	3	4	5	2
5	5	4	2	4	5	1	3	2	4	3	5	5	2
5	5	5	1	5	5	2	3	2	4	3	5	5	2
5	5	4	2	5	4	1	3	2	3	2	5	5	2
5	5	4	2	5	5	2	3	2	4	2	5	5	3
5	5	5	2	5	4	1	3	3	4	2	5	4	3
5	5	4	3	4	4	2	4	3	4	1	5	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	3	4	4	2	3	3	5	1	4	4	3
5	4	5	3	5	5	1	3	3	4	3	5	4	2
5	4	5	3	5	4	2	3	3	5	2	5	4	2
4	4	4	3	4	4	1	3	3	4	2	5	4	2
4	5	5	3	5	4	2	3	3	4	3	5	5	2
5	5	5	3	4	5	1	3	1	4	3	4	5	2

5	4	5	3	4	5	1	3	3	4	3	4	5	3
4	5	5	3	4	4	2	2	2	5	3	4	4	2
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	2	4	5	2	3	3	5	3	4	5	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	2	4	5	2	3	3	5	2	4	5	3
5	5	4	2	5	4	2	3	1	4	2	4	4	2
5	4	5	2	5	5	3	3	1	5	2	5	4	3
4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	4	5	2	4	4	3	3	3	3	1	4	4	3
5	5	4	2	4	5	3	3	3	4	3	5	4	2
5	4	5	4	5	4	3	3	3	5	2	5	4	3
4	4	4	3	4	5	3	4	3	5	3	5	4	3
4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	5	2	4	5	3	3	2	4	2	5	5	2
4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
5	5	4	2	5	5	2	3	3	4	2	5	4	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	2	5	4	2	2	3	4	2	5	5	2
4	5	4	3	5	5	2	3	3	3	2	5	5	2
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Responden Variabel Perilaku Konsumen (Y1)

Perilaku konsumen y1								
y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	y1.7	y1.8	y1.9
5	5	5	5	3	4	4	4	4
5	5	3	4	1	4	5	3	4
4	4	3	5	2	5	4	5	4
4	5	5	5	1	5	4	4	5
4	4	5	5	2	4	4	3	5
4	4	5	5	1	4	5	5	5
4	5	4	4	2	4	5	4	5

4	5	4	4	1	4	5	4	5
3	4	4	5	2	1	4	5	4
4	4	4	4	1	5	5	3	4
4	5	5	5	2	5	4	4	4
3	4	5	4	1	5	5	5	5
2	4	5	4	2	5	4	4	5
3	4	3	5	2	5	5	5	4
3	4	5	4	2	5	4	3	5
3	3	3	5	2	4	4	5	4
4	3	3	4	2	4	5	4	4
5	3	5	4	2	5	4	4	5
3	3	4	4	3	5	5	5	5
5	4	5	4	3	4	4	3	5
5	4	5	4	3	4	5	4	5
5	4	5	5	3	4	4	5	4
5	4	5	5	3	4	5	2	4
5	4	5	5	3	5	5	3	5
4	4	3	5	3	4	5	4	4
4	3	3	5	1	4	5	4	5
4	4	4	4	2	5	5	3	5
4	3	5	4	2	4	4	5	4
5	3	5	4	2	5	4	4	4
5	3	5	4	2	4	4	3	4
5	4	5	4	2	5	4	4	5
5	4	5	5	2	4	4	4	5
4	4	3	5	1	5	4	3	5
4	4	3	5	1	4	4	4	5
5	3	5	4	1	5	4	4	4
5	3	5	5	1	4	5	4	4
5	3	4	5	1	5	5	3	5
5	3	3	4	2	4	4	2	4
4	4	3	5	3	5	5	4	5
4	4	4	5	3	5	5	4	5

4	4	4	5	3	4	5	3	5
---	---	---	---	---	---	---	---	---

5	4	4	5	3	5	5	4	5
5	3	5	4	2	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	5	2	4	5	3	5
5	5	3	5	3	5	5	4	5
5	5	5	5	1	5	5	4	5
4	5	5	5	3	4	5	4	5
5	5	4	4	2	5	4	3	4
4	5	5	5	2	4	4	4	4
5	4	5	5	2	5	5	4	4
4	4	3	5	2	4	4	5	4
5	4	3	5	2	5	4	4	5
5	4	4	4	3	5	4	4	5
4	5	5	4	3	4	5	2	5
5	4	4	4	3	5	5	4	5
4	5	5	5	2	4	4	4	4
5	4	4	4	2	5	5	4	4
5	5	5	5	2	5	5	5	5
5	4	5	4	2	4	5	5	4
5	4	4	5	2	4	5	3	5
4	4	5	4	2	4	5	4	5
5	4	4	4	2	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	2	5	4	3	4
4	3	5	5	2	4	4	5	4
5	4	5	4	2	4	5	5	5
4	4	3	4	2	4	4	5	5
4	3	3	4	2	4	5	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	1	4	5	4	4
4	5	5	5	1	5	5	5	5

5	4	5	5	1	4	5	4	5
5	4	5	5	2	5	5	3	5
5	5	4	5	2	4	4	4	5
5	5	4	5	2	4	4	5	4
4	5	3	4	2	5	4	5	4
4	5	3	4	2	4	5	4	4
4	5	4	4	2	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	5	2	5	5	5	4
5	4	4	5	3	4	5	5	4
4	4	5	5	2	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	5	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	3	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5	4
4	5	5	4	2	5	4	4	4
5	5	5	4	3	4	5	5	5
4	5	5	4	2	5	4	4	5
5	4	5	3	5	3	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	4	3	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y2)

kepuasan konsumen y2								
y2.1	y2.2	y2.3	y2.4	y2.5	y2.6	y2.7	y2.8	y2.9
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	3	5	5	4
5	4	5	5	5	3	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	4	4	4	3
3	5	4	4	4	2	5	4	4
4	5	4	5	4	2	5	4	4
4	5	3	4	4	3	5	5	4
5	4	5	3	4	2	5	5	4
5	4	5	4	4	3	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	2	4	5	5
4	5	3	4	4	3	4	5	4
2	4	5	5	4	3	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	2	5	4	3
5	5	4	4	5	2	5	4	5
5	5	3	5	5	2	4	4	3
4	5	4	3	5	4	5	5	3
4	5	4	4	5	3	5	4	4
4	4	5	5	4	2	4	5	4
4	4	3	4	4	2	5	5	4
5	4	5	5	4	3	4	5	4
5	4	5	4	4	4	5	4	3
4	5	5	4	5	3	5	5	5
3	4	5	3	5	2	4	4	3
4	4	3	5	4	2	5	4	3
5	4	4	4	4	2	4	5	3
4	5	5	4	4	4	5	5	4

5	5	5	4	4	3	4	5	4
5	5	5	4	4	3	5	5	5
2	4	5	4	4	2	5	4	5
5	4	3	4	4	2	5	4	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4
5	4	4	3	4	3	4	4	4
5	4	4	4	5	3	5	5	4
4	5	4	4	5	3	4	5	3
5	5	3	4	5	3	5	5	4
4	5	5	4	4	4	5	5	3
5	4	5	4	4	2	4	5	3
4	4	5	3	4	2	4	5	4
5	4	2	4	5	3	5	5	4
2	4	5	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	3	4	4	4
5	5	2	5	4	3	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	5
5	5	4	4	5	4	5	5	5
5	4	4	5	5	3	5	4	5
5	4	4	4	5	3	5	5	5
4	4	4	3	4	2	4	5	5
2	4	2	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	2	4	4	4
4	5	4	5	4	2	4	4	4
5	5	5	3	5	1	4	4	4
5	4	2	4	5	4	4	5	3
5	5	4	3	6	3	4	5	3
2	5	4	4	6	2	5	5	3
5	4	4	4	6	2	5	4	3
4	4	5	4	5	4	5	4	3
4	4	2	5	4	3	5	4	4
5	4	5	5	5	3	4	5	3
5	5	4	3	4	2	4	4	4

5	4	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	2	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	5	2	5	4	3	5	5	3
4	5	4	4	6	4	5	5	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	4	5	4	4	3	5	5	3
3	5	4	3	5	3	5	4	3
5	4	4	4	6	3	4	4	3
5	5	2	4	4	4	5	4	3
4	5	4	4	5	2	4	4	3
4	4	5	5	4	3	5	4	3
4	4	4	4	5	4	4	4	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	4	5	4	5	2	5	4	4
4	5	4	4	6	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	5	2	4	5	4
5	5	4	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	2	5	5	3
4	4	5	4	5	2	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	3	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	5	3	5	3	3
5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	5	2	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	5	5	2	2	2
4	5	5	5	5	2	4	5	5

5	4	4	4	4	2	4	5	4
5	5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 3

Pengelompokan Responden

Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29	25	25	25	27
	30-39	48	48	48	73
	>40	27	27	27	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI_LAKI	27	27	27	27
	PEREMPUAN	73	73	73	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Lampiran 4

1. Uji Validitas

a. Penyembelihan Halal (X)

Correlations

		x.1	x.2	x.3	x.4	x.5	x.6	x.7	x.8	x.9	x.10	x.11	x.12	x.13	x.14	juml ah_ X
x.1	Pearson Correlation	1	,53	,44	-,50	,55	-,52	,10	,02	,45	-,43	,44	,39	,06	,549	**
			5*	6*	29	6*	4*	80	55	3*	78	5*	8*	2*		
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,707	,000	,006	,320	,836	,000	,403	,000	,000	,504	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.2	Pearson Correlation	,53	1	,48	-,50	,55	-,52	,10	,02	,45	-,43	,44	,39	-,06	,582	**
		5*		8*	84	9*	8*	73	3*	88	8*	46	7*	22		
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,408	,000	,009	,043	,027	,000	,801	,000	,000	,803	,000	

	N	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
x.3	Pearson	,44	,48	1	,05	,50	,37	-,10	-,12	-,40	-,40	,46	,42	,02	,545	**
	Correlation	*,6*	*,8*		*,7*	*,7*	*,4*	*,23	*,30	*,33*	*,95	*,7*	*,1*	*,9		
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,563	,000	,000	,609	,264	,700	,304	,000	,000	,700	,000	
	N	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
x.4	Pearson	-,02	-,08	-,05	1	-,07	-,07	-,50	,41	,43	,08	,42	,00	-,13	,469	**
	Correlation	*,94	*,88	*,88		*,70	*,73	*,5*	*,9*	*,9*	*,4*	*,5*	*,7*	*,15	*,8*	
	Sig. (2-tailed)	,788	,488	,563		,408	,400	,000	,000	,000	,403	,000	,906	,250	,000	
	N	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

x.5	Pearson Correlation	,56*	,59*	,57*	-,070	1,33*	-,029	-,139	-,159	-,415*	,077	,69*	,59*	-,016	,605**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,488	,000	,701	,309	,803	,000	,500	,000	,000	,807	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.6	Pearson Correlation	,524*	,528*	,377*	-,073	-,513*	1,066	-,021*	-,234	-,309	,096	,483*	,582*	-,056	,596**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,470	,000	,904	,054	,703	,000	,409	,000	,000	,500	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

x.7	Pearson Correlation	-	-	-	,5	-	,0	1	,2	,3	-	,4	-	-	,4	,382
		,1	,1	,0	0	,0	0		,9	1	,0	,5	,0	,1	5	**
		8	7	4	5*	2	6		6*	4*	3	7*	3	0	0*	
		5	0	3	*	9			*	*	1	*	3	7	*	
	Sig. (2-tailed)	,065	,090	,609	,000	,701	,905		,003	,001	,709	,000	,703	,200	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.8	Pearson Correlation	,100	,200	,102	,401	,103	,202	1	,201	,200	,300	,300	,006	,503	,409	,529
		0	3*	2	9*	3	1*	6*		4*	1	9*	3	8	1*	**
					*		*			*		*			*	
	Sig. (2-tailed)	,323	,042	,206	,000	,309	,005		,008	,007	,001	,003	,005	,003	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

x.9	Pearson Correlation	,025	,048	-,030	,439*	-,019	-,034	-,031	,34*	,24*	1	,078	,41*	,005	-,089	,49*	,439**
	Sig. (2-tailed)	,806	,637	,764	,000	,853	,705	,000	,000	,000	,411	,040	,006	,991	,376	,070	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.10	Pearson Correlation	,43*	,35*	,40*	,084	,40*	,39*	-,090	,097	,018	1	-,060	,38*	,32*	,120	,153	,525**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,403	,000	,000	,709	,364	,971	,033	,501	,000	,000	,000	,317	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

x.11	Pearson	- ,0	- ,4	,0	,0	,4	,3	,4	- 1	- ,0	,4	,450
	Correlation	,0278	,0495*	,0578	,0687*	,0789*	,0891*	,0910*	,1060	,1321	,140*	**
	Sig. (2-tailed)	,439	,340	,250	,149	,090	,061	,053	,578	,758	,900	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x.12	Pearson	,445*	,426*	,407*	,609*	,408*	-,0633	,0635	,303*	- 1,303*	,580*	-,558**
	Correlation	,445*	,426*	,407*	,609*	,408*	-,0633	,0635	,303*	- 1,303*	,580*	-,558**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,743	,596	,031	,705	,060	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

x.13	Pearson	,39	,61	,42	-,11	,50	,56	-,15	-,08	-,32	,01	,58	1,06	-,525	**		
	Correlation	*	*	*	5	*	*	7	8	9	*	*	3				
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,250	,000	,000	,290	,563	,370	,000	,000	,000	,503	,000		
x.14	Pearson	,06	-,02	,02	,43	-,03	,05	,05	,49	,45	,41	,40	-,04	-,00	1,494	**	
	Correlation		2	9	8*	1	6	0*	1*	9*	3	0*	5	6			
	Sig. (2-tailed)	,540	,831	,707	,000	,803	,500	,000	,000	,000	,300	,000	,600	,503	,000		
x.13	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	x.14	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

jumlah_X	Pearson Correlation	,549*	,582*	,549*	,460*	,609*	,382*	,529*	,423*	,525*	,455*	,525*	,429*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Perilaku Konsumen (Y1)

		Correlations									
		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	y1.7	y1.8	y1.9	jumlah_y1
y1.1	Pearson Correlation	1	,137	,257**	,180	,167	,187	,254*	-,134	,131	,505**
	Sig. (2-tailed)		,174	,010	,073	,097	,062	,011	,464	,194	,000

	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
y1.2	Pearson Correlation	,137	1	,179	,213*	,195	,185	,154	,210*	,246*	,581**
	Sig. (2-tailed)	,174		,075	,034	,052	,066	,127	,036	,013	,000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
y1.3	Pearson Correlation	,257**	,179	1	,108	,118	,151	,091	,044	,270**	,540**
	Sig. (2-tailed)	,010	,075		,283	,244	,134	,367	,661	,007	,000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
y1.4	Pearson Correlation	,180	,213*	,108	1	,077	,202*	,202*	,152	,232*	,439**
	Sig. (2-tailed)	,073	,034	,283		,449	,043	,044	,131	,020	,000

	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
y1.5	Pearson Correlation	,167	,195	,118	-,077	1	-,047	,042	,079	,032	,458**
	Sig. (2-tailed)	,097	,052	,244	,449		,644	,677	,434	,753	,000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
y1.6	Pearson Correlation	,187	,185	,151	,202*	-,047	1	,222*	,021	,296**	,460**
	Sig. (2-tailed)	,062	,066	,134	,043	,644		,026	,837	,003	,000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
y1.7	Pearson Correlation	,254*	,154	,091	,202*	,042	,222*	1	,057	,381**	,478**
	Sig. (2-tailed)	,011	,127	,367	,044	,677	,026		,572	,000	,000

	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
y1.8	Pearson Correlation	-,074	,210*	,044	,152	,079	,021	,057	1	-,033	,366**
	Sig. (2-tailed)	,464	,036	,661	,131	,434	,837	,572		,742	,000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
y1.9	Pearson Correlation	,131	,246*	,270**	,232*	,032	,296**	,381**	-,033	1	,515**
	Sig. (2-tailed)	,194	,013	,007	,020	,753	,003	,000	,742		,000
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	
jumlah_y1	Pearson Correlation	,505**	,581**	,540**	,439**	,458**	,460**	,478**	,366**	,515**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Kepuasan Konsumen (Y2)

		Correlations									
		y2.1	y2.2	y2.3	y2.4	y2.5	y2.6	y2.7	y2.8	y2.9	jumlah_y2
y2.1	Pearson Correlation	1	,161	,144	,094	,148	,020	,170	,184	,102	,513**
	Sig. (2-tailed)		,109	,152	,350	,143	,842	,091	,067	,315	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2.2	Pearson Correlation	,161	1	,102	,179	,340**	,064	,250*	,345**	,116	,548**
	Sig. (2-tailed)	,109		,312	,074	,001	,527	,012	,000	,252	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

y2.3	Pearson Correlation	,144	,102	1	,048	,113	-,029	,036	,187	,130	,460**
	Sig. (2-tailed)	,152	,312		,638	,263	,776	,726	,062	,198	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2.4	Pearson Correlation	,094	,179	,048	1	,076	,178	,180	,141	,130	,457**
	Sig. (2-tailed)	,350	,074	,638		,449	,076	,073	,161	,198	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2.5	Pearson Correlation	,148	,340**	,113	,076	1	,036	,227	,250	-,093	,464**
	Sig. (2-tailed)	,143	,001	,263	,449		,722	,023	,012	,359	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

y2.6	Pearson Correlation	,020	,064	-,029	,178	,036	1	,064	,021	,006	,377**
	Sig. (2-tailed)	,842	,527	,776	,076	,722		,525	,836	,952	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2.7	Pearson Correlation	,170	,250*	,036	,180	,227*	,064	1	,246*	,107	,481**
	Sig. (2-tailed)	,091	,012	,726	,073	,023	,525		,014	,287	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y2.8	Pearson Correlation	,184	,345**	,187	,141	,250*	,021	,246*	1	,147	,547**
	Sig. (2-tailed)	,067	,000	,062	,161	,012	,836	,014		,144	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

y2.9	Pearson	,102	,116	,130	,130	-,093	,006	,107	,147	1	,390**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	,315	,252	,198	,198	,359	,952	,287	,144		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
jumlah_y2	Pearson	,513**	,548**	,460**	,457**	,464**	,377**	,481**	,547**	,390**	1
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Realibilitas

a. Penyembelihan Halal (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,834	14

b. Perilaku Konsumen (Y1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,763	9

c. Kepuasan Konsumen (Y2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,804	9

3. Uji Normalitas

a. Uji Normalitas X Terhadap Y1 R Y

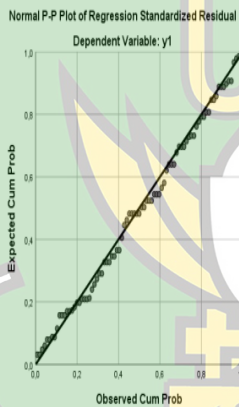
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0315388
	Std. Deviation	2,19034134
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,086
	Negative	-.045
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,193 ^c

b. Uji Normalitas X Terhadap Y2

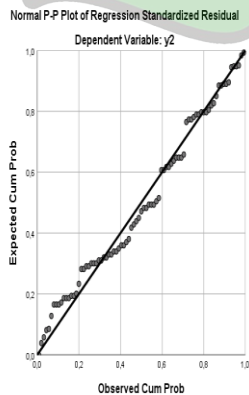
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,1528911
	Std. Deviation	2,34580162
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,067
	Negative	-.085
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

Gambar P-Plot

a. X Terhadap Y1



b. X Terhadap Y2



a. X Terhadap Y1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.652	4.760		.319	.000
Total_X1	.647	.118	.537	5.332	.000

b. X Terhadap Y2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.265	3.770		1.314	.000
Total_X1	.126	.075	.567	1.676	.000

5. Uji t (Uji Parsial)

a. X Terhadap Y1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.652	4.760		.319	.000
Total_X1	.647	.118	.537	5.332	.000

b. X Terhadap Y2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.265	3.770		1.314	.000
Total_X1	.126	.075	.567	1.676	.000

6. Uji f (Uji Simultan)

a. X Terhadap Y1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,812	1	1,712	3,215	,000 ^b
	Residual	39,348	98	3,769		
	Total	42,160	99			

a. Dependent Variable: y1

b. Predictors: (Constant), x

b. X Terhadap Y2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,954	1	5,044	4,809	,000 ^b
	Residual	60,506	98	7,026		
	Total	66,460	99			

a. Dependent Variable: y2

b. Predictors: (Constant), x

7. Uji Koefisien Determinasi

a. X Terhadap Y1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.470 ^a	.219	.209	3.441

a. Predictors: (Constant), x

b. X Terhadap Y2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.519	.511	.985

a. Predictors: (Constant), x

Lampiran 5 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

