

SKRIPSI

**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
MAKANAN RINGAN
(Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam
dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**NURUL FAJRINA
NIM. 150602140**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M / 1441 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nurul Fajrina

NIM : 150602140

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : 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 naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri ikarya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.***

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 28 November 2019

Yang Menyatakan,



Nurul Fajrina

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan Judul:

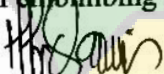
**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MAKANAN
RINGAN (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan
Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

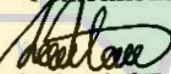
Nurul Fajrina
NIM. 150602140

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,


Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Pembimbing II,


Seri Murni, SE., M.Si.Ak
NIP. 197210112014112001

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,


Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

SKRIPSI

Nurul Fajrina
NIM. 150602140

Dengan Judul:


Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Ekonomi Syariah

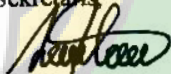
Pada Hari/Tanggal: Kamis, 2 Januari 2020
6Jumadil Awal 1441H

Banda Aceh
Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi


Ketua,


Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

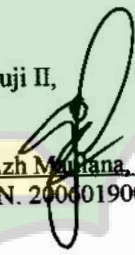
Sekretaris


Seri Murni, SE., M.Si.Ak
NIP. 197210112014112001

Penguji I,


Dr. Ahmad Nizam, SE., MM
NIP. 196609201993031003

Penguji II,


Hafizh Muliha, SP., S.HI., ME
NIDN. 2006019002

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



Dekan Fuad Zhai M. Ag P
NIP. 1963031992031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web:www.library.ar-raniry.ac.id, Email:library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nurul Fajrina
NIM : 150602140
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : nurulfajrina01@gmail.com

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 Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)

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

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


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

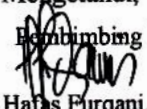
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 16 Desember 2019

Mengetahui,

Bertanggungjawab I

Penulis

Nurul Fajrina
NIM. 150602140


Dr. Hafas Purqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Bertanggungjawab II

Seri Murni, SE., M.Si.Ak
NIP. 197210112014112001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas kuasanya yang selalu memberi rahmat, kasih sayang, kesehatan, dan kesabaran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam penulis sampaikan ke pangkuan Nabi Muhammad Shallaallahu'alaihi wasallam, yang telah membawa umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif pada masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)” ini bertujuan sebagai salah satu syarat penyelesaian studi untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan yang sangat berarti dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan ribuan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh, yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan dukungan secara

moril serta dukungan sarana dan prasarana dalam proses pembelajaran.

2. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Cut Dian Fitri, SE., M.Si,Ak selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat-nasehat, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D dan Rina Desiana M.E selaku ketua dan sekretaris Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku pembimbing I dan Ibu Seri Murni, SE., M.Si.Ak selaku pembimbing II yang telah dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, dukungan dan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Dr. Ahmad Nizam, SE., MM selaku penguji I dan bapak Hafiih Maulana, SP., S.HI., ME selaku penguji II yang telah memberikan saran dan masukan dalam skripsi ini.
6. Farid Fathony Ashal Lc., M.A sebagai penasehat akademik, serta kepada seluruh dosen-dosen dan para staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya dosen-dosen program studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan membeikan pengajaran serta nasihat-

nasihat kepada penulis selama mengikuti perkuliahan dan juga untuk seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

7. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Muhammad Yahya dan Ibunda Fitriah yang telah memberikan pengorbanan yang luar biasa, pembelajaran hidup, cinta, kasih sayang, doa, bimbingan, dukungan, dan nasehat yang luar biasa tiada hentinya, memberi semangat, dukungan serta memberikan doa terbaik bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi tepat waktu.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung yang tidak mungkin dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah Subhanahu wa ta'ala.

Akhirnya dengan mengucapkan Alhamdulillah, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, bagi penulis sendiri, dan kepada semua pihak yang telah banyak membantu. Dalam penulisan skripsi ini pun tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat dijadikan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga mengharapkan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Banda Aceh, 28 November 2019
Penulis,

Nurul Fajrina

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	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>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fatḥah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

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 / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla

رَمَى :ramā

قِيلَ :qīla

يَقُولُ :yaqūlu

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة)hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

c. 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:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

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

ABSTRAK

Nama : Nurul Fajrina
NIM : 150602140
Fakultas/ Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Ulee Kareng Banda Aceh)
Pembimbing I : Dr. Hafas Furqani, M.Ec
Pembimbing II : Seri Murni, SE., M.Si.Ak

Skripsi ini mengkaji tentang pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pada produk makanan ringan. Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh labelisasi halal pada produk makanan ringan terhadap keputusan pembelian masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh labelisasi halal pada produk makanan ringan terhadap keputusan pembelian masyarakat di kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier sederhana. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden dimana masing-masing kecamatan sebanyak 60 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengolahan data menggunakan alat analisis SPSS versi 21,00. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa di kecamatan Kuta Alam labelisasi halal berpengaruh sebesar 24,9% terhadap keputusan pembelian masyarakat dan sisanya sebesar 75,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan di kecamatan Ulee Kareng labelisasi halal berpengaruh sebesar 20,7% dan sisanya sebesar 79,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Oleh karena itu semakin banyak produk makanan ringan yang memiliki label halal maka semakin dapat memberikan rasa aman bagi masyarakat dalam mengkonsumsi produk makanan tersebut.

Kata kunci: Labelisasi Halal dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	i
HALAMAN SAMPEL	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Label Halal.....	10
2.1.1 Pengertian Label	10
2.1.2 Pengertian Halal	11
2.1.3 Kriteria Halal Menurut Islam.....	14
2.1.4 Indikator Label Halal	18
2.1.5 Prosedur dan Mekanisme Penetapan Fatwa Halal MUI	19
2.2 Keputusan Pembelian.....	21
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
2.2.3 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	30

2.2.4	Proses Keputusan Pembelian	33
2.2.5	Indikator Keputusan Pembelian	36
2.3	Produk Makanan Ringan	37
2.3.1	Pengertian Produk	37
2.3.2	Pengertian Makanan Ringan	37
2.4	Penelitian Terdahulu	40
2.5	Kerangka Penelitian	45
2.6	Hipotesis	46
BAB III	METODE PENELITIAN.....	47
3.1	Jenis Penelitian	47
3.2	Sumber Data	47
3.3	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4	Lokasi dan Objek Penelitian	49
3.5	Populasi dan Sampel	49
3.5.1	Populasi	49
3.5.2	Sampel	49
3.6	Model Penelitian	50
3.7	Operasional Variabel Penelitian	51
3.7.1	Variabel Independen	51
3.7.2	Variabel Dependen	52
3.8	Skala Pengukuran Variabel	53
3.9	Metode Analisis Data	53
3.9.1	Uji Validitas	54
3.9.2	Uji Reliabilitas	54
3.10	Uji Asumsi Klasik	55
3.10.1	Uji Normalitas	55
3.10.2	Uji Heteroskedastisitas	56
3.11	Uji Hipotesis	57
3.11.1	Uji Parsial (Uji T)	57
3.11.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	59
4.1.1	Keadaan Geografis Kecamatan Kuta Alam	59
4.1.2	Keadaan Geografis Kecamatan Ulee Kareng	61

4.2	Karakteristik Responden	63
4.2.1	Jenis Kelamin Responden Kecamatan Kuta Alam	63
4.2.2	Usia Responden Kecamatan Kuta Alam..	64
4.2.3	Jenis Pekerjaan Responden Kecamatan Kuta Alam	64
4.2.4	Jenis Kelamin Responden Kecamatan Ulee Kareng	65
4.2.5	Usia Responden Kecamatan Ulee Kareng	66
4.2.6	Jenis Pekerjaan Responden Kecamatan Ulee Kareng	66
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.4.1	Uji Validitas	79
4.4.2	Uji Reliabilitas	85
4.5	Uji Asumsi Klasik	86
4.5.1	Uji Normalitas.....	86
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	90
4.6	Uji Regresi Linier Sederhana	92
4.7	Uji Hipotesis	95
4.7.1	Uji Prsial (Uji T)	95
4.7.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	97
4.8	Hasil Pembahasan	98
BAB V	PENUTUP	101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran	102
DAFTAR PUSTAKA		104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	1
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	52
Tabel 3.2	Skala Likert.....	53
Tabel 4.1	Luas Kecamatan Kuta Alam Menurut Gampong ..	60
Tabel 4.2	Luas Kecamatan Ulee Kareng Menurut Gampong	61
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Kec.Kuta Alam Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Kec.Kuta Alam Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Kec.Kuta Alam Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	64
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Kec.Ulee Kareng Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Kec.Ulee Kareng Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Kec.Ulee Kareng Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	67
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Kecamatan Kuta Alam Terhadap Labelisasi Halal	68
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Kecamatan Kuta Alam Terhadap Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Kecamatan Ulee Kareng Terhadap Labelisasi Halal	74
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Kecamatan Ulee Kareng Terhadap Keputusan Pembelian	76
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Kecamatan Kuta Alam.....	80
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Kecamatan Ulee Kareng	83
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Kecamatan Kuta Alam	85
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Kecamatan Ulee Kareng	86
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>Kolmogorof Smirnov</i> Kecamatan Kuta Alam	87
Tabel 4.18	Hasil Uji <i>Kolmogorof Smirnov</i> Kecamatan Ulee kareng	89
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kecamatan Kuta Alam.....	93

Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kecamatan Ulee Kareng.....	94
Tabel 4.21 Hasil Uji T Kecamatan Kuta Alam.....	96
Tabel 4.22 Hasil Uji T Kecamatan Ulee Kareng.....	96
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kecamatan Kuta Alam.....	97
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kecamatan Ulee Kareng.....	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Logo Halal MUI	14
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	33
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	46
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas P-Plot Kecamatan Kuta Alam.....	88
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas P-Plot Kecamatan Ulee Kareng.....	90
Gambar 4.3	Hasil Uji Scatterplot Kecamatan Kuta Alam.....	91
Gambar 4.4	Hasil Uji Scatterplot Kecamatan Ulee Kareng	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2	: Jawaban Responden Penelitian Variabel Labelisasi Halal di Kecamatan Kuta Alam.....	112
Lampiran 3	: Jawaban Responden Penelitian Variabel Keputusan Pembelian Kecamatan Kuta Alam	114
Lampiran 4	: Jawaban Responden Penelitian Variabel Labelisasi Halal di Kecamatan Ulee Kareng..	116
Lampiran 5	: Jawaban Responden Penelitian Variabel Keputusan Pembelian di Kecamatan Ulee Kareng	118
Lampiran 6	: Uji Validitas.....	120
Lampiran 7	: Uji Reliabilitas.....	124
Lampiran 8	: Uji Normalitas	125
Lampiran 9	: Uji Heteroskedastisitas	127
Lampiran 10	: Regresi Linier Sederhana.....	128
Lampiran 11	: Uji Parsial (Uji T).....	128
Lampiran 12	: Uji Koefisien Determinasi (R^2)	129
Lampiran 13	: Dokumentasi Penelitian.....	130

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Halal dan haram dalam Islam adalah bagian dari hukum *syara'* yang saling berseberangan. Halal merujuk kepada hal-hal yang diperbolehkan, sedangkan haram merujuk kepada hal-hal yang dilarang. Setiap muslim diperintahkan untuk hanya mengkonsumsi makanan/minuman yang halal dan sebisa mungkin *thayyib* (baik dan menyehatkan). Sebaliknya, kita dilarang mengkonsumsi makanan/minuman yang haram (Mayasari, 2007).

Kehalalan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi setiap muslim, sesuatu yang halal bisa menjadi berkah dan sehat untuk manusia. Kehalalan merupakan pokok utama bagi umat muslim untuk beribadah agar senantiasa manusia selalu berada dijalan yang benar, disamping itu juga kehalalan tertera dalam Al-Qur'an dan Hadis. Islam mengajarkan kita agar senantiasa untuk mengkonsumsi yang ada di muka bumi ini yang serba halal dan baik, baik makanan dan minuman, bahkan selain itu seperti kosmetik, obat-obatan dan lain-lainnya (Ernawati, 2015).

Seorang muslim juga tidak diperkenankan memakan sesuatu kecuali yang halal. Bukan cuma halal, tetapi juga *thayyib* (baik). Para ulama menafsirkan *thayyib* sebagai bergizi sesuai standar ilmu kesehatan. Sebagaimana Allah berfirman:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Hai 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” (Q.S Al-Baqarah [2]: 168).

Secara alamiah, Allah telah menyediakan bagi manusia begitu banyak bahan pangan yang halal, sementara yang haram itu jauh lebih sedikit jumlah dan jenisnya. Maka, amat logis jika kaidah pertama dan utama dari hukum fikih menyatakan: “apapun yang bisa dikonsumsi adalah halal, kecuali yang diharamkan”. Adapun yang belum jelas statusnya atau terletak antara halal dan haram, disebut *syubhat*. Dalam kaitan ini nabi Muhammad SAW memberi nasihat kepada umatnya agar menghindari yang *syubhat*, apalagi yang sudah jelas haramnya (Mayasari, 2007). Nabi Muhammad SAW bersabda:

Setiap daging (bagian tubuh) yang tumbuh dari barang yang haram, maka api neraka lah baginya (HR At-Tirmidzi).

Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk, ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk makanan untuk memasuki pasar umat muslim. Memastikan makanan yang dikonsumsi halal menjadi tanggung jawab bagi setiap muslim (Rambe dan Syaad, 2012). Untuk mempermudah mengetahui makanan yang dikonsumsi halal dapat dilihat dari label halal yang tercantum pada produk kemasan. Pencantuman label halal merupakan sarana informasi dari produsen

ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya, sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggungjawab (Sari, 2018).

MUI (Majelis Ulama Indonesia) adalah lembaga yang kompeten untuk menjamin kehalalan suatu produk, dalam kerjanya MUI dibantu oleh LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan Dan Kosmetika). Lembaga ini dibentuk untuk membantu Majelis Ulama Indonesia dalam menentukan kebijaksanaan, merumuskan ketentuan-ketentuan, rekomendasi dan bimbingan yang menyangkut pangan, obat-obatan dan kosmetika sesuai dengan ajaran Islam. Dengan kata lain LPPOM-MUI didirikan untuk memberikan rasa tenang pada umat tentang produk yang dikonsumsi (Adisasmito, 2008). Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang memberikan sertifikat halal pada perusahaan yang mencantumkan label halal. Label halal di Indonesia diperoleh melalui uji sertifikasi produk yang dilakukan oleh LPPOM-MUI, bukan sembarang produk yang bisa menempelkan label halal yang dikeluarkan oleh lembaga pembantu dari MUI tersebut, hanya produk yang sudah tersertifikasi halal saja yang dapat mencantumkan label halal pada produk yang dikeluarkan oleh setiap perusahaan.

Indonesia dalam menghadapi perdagangan bebas tingkat regional, internasional dan global, dikhawatirkan sedang dibanjiri

pangan dan produk lainnya yang mengandung atau terkontaminasi unsur haram. Dalam teknik pemrosesan, penyimpanan, penanganan dan pengepakan seringkali digunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan atau bahan tambahan yang mengandung unsur haram yang dilarang dalam agama Islam (Bara: 2018). Makanan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia dan selalu menjadi konsumsi utama setiap harinya. Di era sekarang ini produk makanan instan, makanan cepat saji restoran, sampai jajanan pasar merupakan hal yang rawan dicemari oleh jenis makanan yang tidak halal baik dari segi bahan maupun prosesnya. Mengonsumsi suatu produk tidak boleh sembarangan, karena kita tidak tahu apa saja kandungan yang terdapat diproduk tersebut. Oleh karena itu, masyarakat sebagai konsumen tidak hanya sekedar menuntut produk pangan yang terjamin kandungan gizinya, namun juga keamanannya (Muhammad, 2018). Maka dari itu konsumen muslim perlu berhati-hati dalam memutuskan untuk membeli atau mengonsumsi produk-produk tanpa label halal tersebut.

Sekarang ini konsumen dikelilingi banyak pilihan produk, salah satunya produk pangan dalam kemasan. Beberapa langkah bisa ditempuh konsumen saat mempertimbangkan untuk mengonsumsi sebuah produk dalam kemasan, misalnya dengan memperhatikan label produk kemasan, untuk memastikan kelayakan produk dan status kehalalannya. Salah satu produk yang digemari oleh masyarakat dari dulu hingga sekarang adalah makanan ringan. Makanan ringan merupakan salah satu makanan yang sering dijumpai di manapun kita berada, baik di warung

maupun supermarket. Mengonsumsi makanan ringan dalam kemasan sudah menjadi kebiasaan bagi masyarakat, terutama anak-anak dan remaja, tak terkecuali juga bagi mahasiswa. Produk makanan ringan dalam kemasan kian banyak beredar di masyarakat, namun belum tentu semua produk makanan tersebut memiliki label halal, apalagi produk makanan ringan yang diimpor dari luar negeri. Untuk itu masyarakat perlu berhati-hati dalam memilih produk makanan ringan.

Aceh merupakan provinsi yang dihuni mayoritas umat muslim. Penduduk kota Banda Aceh sebagian besar merupakan penganut agama Islam. Kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Ulee Kareng merupakan kecamatan yang terdapat di kota Banda Aceh. Seperti yang kita ketahui, kedua kecamatan ini dipadati oleh beragam masyarakat. Kecamatan Ulee Kareng mayoritas keseluruhan penduduknya beragama Islam. Sedangkan kecamatan Kuta Alam tidak hanya terdapat masyarakat yang beragama Islam saja, tetapi juga terdapat masyarakat yang beragama Protestan, Katolik, Hindu dan Buddha. Penduduk non muslim paling banyak bertempat tinggal di Peunayong, Kampung Mulia dan Kampung Laksana. Ketiga desa ini terletak di Kecamatan Kuta Alam.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan pada masyarakat muslim dan non muslim, karena tidak menutup kemungkinan mereka yang non muslim juga mengonsumsi produk makanan ringan yang berlabel halal. Judul yang akan digunakan pada

penelitian ini yaitu **“Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh label halal pada produk makanan ringan terhadap keputusan pembelian masyarakat?
2. Apakah terdapat perbedaan keputusan pembelian masyarakat terhadap makanan ringan berlabel halal pada kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dikemukakan adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal pada produk makanan ringan terhadap keputusan pembelian masyarakat.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan keputusan pembelian masyarakat terhadap produk

makanan ringan berlabel halal pada kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. **Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen, khususnya mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.

b. **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para produsen makanan sebagai bahan pertimbangan dalam proses produksi makanan halal serta dapat memberikan informasi mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen.

c. **Manfaat Kebijakan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah agar lebih peduli terhadap masalah konsumsi akan produk halal. Karena mayoritas penduduk Indonesia sebagian besar beragama Islam.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman, penjelasan dan penelaahan bahasan pokok permasalahan yang akan di bahas maka, skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang meliputi: Label halal, keputusan pembelian, produk makanan ringan, penelitian terkait, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi, yang berisi tentang jenis penelitian, sumber data, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data metode analisis data dan uji hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik responden, deskripsi variabel, hasil penelitian, hasil uji hipotesis serta hasil pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan dan pertimbangan oleh pihak-pihak yang berkaitan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Label Halal

2.1.1 Pengertian Label

Menurut Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 pada pasal 1 ayat 3 tentang label dan iklan. Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam peraturan pemerintah ini disebut label. Label merupakan salah satu jalan bagi konsumen untuk memperoleh informasi dari suatu produk, maka pada label itulah produsen harus mengupayakan prioritas-prioritas informasi yang akan dicantumkan pada label (Muhammad, 2018: 11).

Menurut Stanton dalam Suryani (2008), label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk (Bulan dan Rizal, 2016: 434).

Menurut (Kotler, 2003: 29) label memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi (*identifies*) yaitu label yang dapat menerangkan mengenai produk.
2. Nilai atau kelas (*grade*) yaitu label dapat menunjukkan nilai atau kelas dari produk. Produk

buah peach kalengan diberi nilai A, B dan C menunjukkan tingkat mutunya.

3. Memberikan keterangan (*describe*) yaitu label menunjukkan keterangan mengenai siapa produsen dari produk, dimana produk dibuat, kapan produk dibuat, apa komposisi dari produk dan bagaimana cara penggunaan secara aman.
4. Mempromosikan (*promote*) yaitu label mempromosikan produk lewat gambar dan warna yang menarik.

Sebuah etiket atau label membawa merek atau simbol dari sebuah barang, nama dan alamat produsen atau distributor, informasi mengenai komposisi produk beserta besarannya dan rekomendasi penggunaannya. Etiket atau label yang tepat dapat memainkan peranan penting dalam menarik perhatian konsumen dan mendorong pembeli (Setiyaningrum, 2015: 120-121).

2.1.2 Pengertian Halal

Kata *halal* berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”. Secara etimologi *halal* berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya (Muhammad, 2018: 13). Halal artinya tidak dilarang dan diizinkan melakukan atau memanfaatkannya. Halal itu dapat diketahui apabila ada suatu dalil yang menghalalkannya secara tegas dalam Al-Qur’an dan apabila tidak ada suatu dalil pun yang mengharamkannya atau melarangnya (Ernawati, 2018: 13).

Pengertian Halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 518 Tahun 2001 tentang Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal adalah: Tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam (Bulan dan Rizal, 2016: 434). Pemeriksaan pangan halal adalah pemeriksaan tentang keadaan dan tambahan dan bahan penolong serta proses produksi, personalia dan peralatan produksi, sistem manajemen halal dan hal-hal lain yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan produksi pangan halal (Muhammad, 2018: 14).

Dari Departemen Agama (2003: 52) menyatakan bahwa “Label halal adalah merupakan keterangan halal yang tertulis dibagian kemasan yang dikeluarkan atas dasar pengukuhan halal yang menyatu pada bagian kemasan produk dan sebagai bukti jaminan yang sah untuk digunakan maupun dikonsumsi oleh masyarakat yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam maupun peraturan undang-undang”. Sedangkan Menurut Yuswohady dalam (Dewi, 2016: 49), label halal adalah jaminan yang diberikan oleh suatu lembaga yang berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut lulus pengujian kehalalan sesuai syariat Islam. Pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian suatu produk tersebut.

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Rossanty, 2016: 75). Labelisasi halal merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman atau disilahkan secara umum sebagai pangan (Kurnia dan Sudardjat, 2015: 50).

Sertifikat halal adalah surat keterangan yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pusat atau provinsi tentang halalnya suatu produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LP-POM MUI. Pemegang otoritas menerbitkan sertifikasi produk halal adalah MUI yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM).

Bagi konsumen, sertifikat halal memiliki beberapa fungsi. *Pertama*, terlindunginya konsumen muslim dari mengonsumsi pangan, obat-obatan dan kosmetika yang tidak halal. *Kedua*, secara kejiwaan perasaan hati dan batin konsumen akan tenang. *Ketiga*, mempertahankan jiwa dan raga dari keterpurukan akibat produk haram. *Keempat*, akan memberikan kepastian dan perlindungan hukum.

Bagi produsen, sertifikat halal mempunyai beberapa peran penting. *Pertama*, sebagai pertanggungjawaban produsen kepada konsumen muslim, mengingat masalah halal merupakan bagian dari prinsip hidup muslim. *Kedua*, meningkatkan kepercayaan dan

kepuasan konsumen. *Ketiga*, meningkatkan citra dan daya saing perusahaan. *Keempat*, sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area jaringan pemasaran. *Kelima*, memberi keuntungan pada produsen dengan meningkatkan daya saing dan omzet produksi penjualan.

Sertifikasi juga harus menjangkau bahan baku, bahan tambahan maupun bahan penolong dalam bentuk “bukan kemasan” yang tidak diecerkan untuk bahan produk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik dan produk lainnya yang beredar dimasyarakat (Hasan, 2014: 230).

Produk makanan berlabel halal bukan hanya dinyatakan halal secara *syari* namun juga telah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Produk ini mudah dikenali dengan adanya label halal yang dikeluarkan oleh MUI pada kemasannya. Berikut gambar logo halal dari MUI.



Gambar 2.1
Logo Halal MUI

2.1.3 Kriteria Halal Menurut Islam

Pada prinsipnya semua bahan makan dan minuman adalah halal, kecuali yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya. Bahan makanan yang diharamkan Allah adalah bangkai, darah, babi dan

hewan yang disembelih tanpa menyebut nama Allah. Sebagaimana disebutkan dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 173 yang berbunyi :

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالْدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ
لِغَيْرِ اللَّهِ ۗ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ
رَّحِيمٌ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah Hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*”(QS Al-Baqarah[2]:173).

Sedangkan minuman yang diharamkan Allah adalah semua bentuk Khamar (minuman beralkohol), sebagaimana disebutkan dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 219 yang berbunyi:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۚ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ
لِّلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَّفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ ۚ قُلْ
الْعَفْوُ كَذَلِكَ ۗ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “*Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: " yang lebih dari keperluan."*

Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir.” (QS Al-Baqarah[2]:219).

Hewan yang dihalalkan akan berubah statusnya menjadi haram apabila mati tercekik, terbentur, jatuh, ditanduk, diterkam binatang buas dan yang disembelih untuk berhala, sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran surah Al-Maidah ayat 3 yang berbunyi:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ أَلْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخَنزِيرِ وَمَا أَهَلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ
 وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا
 مَا ذَكَيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَٰلِكُمْ
 فِسْقٌ يَوْمَ الْقِيَامِ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ
 الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ
 الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ
 غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini orang-orang kafir Telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. pada hari Ini Telah

Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan Telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan Telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (QS Al-Maidah[5]: 3).

Segala sesuatu yang ada di bumi diciptakan untuk kepentingan manusia, walaupun ada makanan tertentu yang diharamkan, hal ini ada hikmahnya dan larangan tersebut tidak lain hanya untuk manusia. Berikut termasuk makanan dan minuman yang halal berdasarkan Departemen Agama RI adalah :

1. Bukan terdiri atau mengandung bagian atau benda dari binatang yang dilarang oleh ajaran Islam untuk memakannya atau yang tidak disembelih menurut ajaran Islam.
2. Tidak mengandung sesuatu yang dihukumi sebagai najis menurut ajaran Islam.
3. Tidak mengandung bahan penolong dan/atau bahan yang diharamkan menurut ajaran Islam.
4. Dalam proses pembuatan, menyimpan dan menghidangkan tidak bersentuhan atau berdekatan dengan makanan yang tidak memenuhi persyaratan atau benda yang dihukumi sebagai najis menurut ajaran Islam.

Al-Qardawi menegaskan bahwa masalah makanan menurut Al-Quran bukan masalah cabang (*furu'*), melainkan masalah pokok (*ushul*). Ayat-ayat tersebut diturunkan untuk menegakkan dan meneguhkan aqidah Islam serta menolak

pandangan orang sesat. Penghalalan makanan yang diharamkan menandakan betapa kasih Allah kepada manusia. Makan tersebut justru sangat baik bagi manusia.

Dalam Islam memelihara jiwa dan akal adalah bagian dari prinsip *dharuriyah* (pokok). Oleh karena itu, segala sesuatu yang akan mencelakakan jiwa maupun akal termasuk dalam hal makanan adalah haram.

2.1.4 Indikator Label Halal

Indikator labelisasi halal menurut Mahwiyah (2010) ada tiga, yaitu pengetahuan, kepercayaan dan penilaian terhadap labelisasi halal. Berikut ini adalah arti dari masing-masing indikator diatas berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) :

1. Pengetahuan, merupakan informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat di benak seseorang.
2. Kepercayaan, merupakan suatu keadaan psikologis pada saat seseorang menganggap suatu premis benar. Atau dapat juga berarti anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.
3. Penilaian terhadap labelisasi halal, merupakan proses, cara, perbuatan menilai, pemberian nilai yang diberikan terhadap labelisasi halal.

Dengan adanya pencantuman labelisasi halal, konsumen lebih merasa aman dalam mengonsumsi dan menggunakan produk atau makanan tersebut. Selain itu, konsumen juga mendapatkan jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung sesuatu yang tidak halal dan diproduksi dengan cara yang halal dan beretika. Sedangkan bagi produsen, pencantuman label halal dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Produk yang bersertifikat halal memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk yang tidak mencantumkan label tersebut.

2.1.5 Prosedur dan Mekanisme Penetapan Fatwa Halal MUI

Tahap atau langkah prosedur dan mekanisme penetapan fatwa halal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. MUI memberikan pembekalan pengetahuan kepada para auditor LP.POM tentang benda haram menurut syariat Islam, dalam hal ini benda haram *li-zaitihi* dan haram *li-ghairih* yang karena cara penanganannya tidak sejalan dengan syariat Islam, dengan arti kata auditor harus mempunyai pengetahuan memadai tentang benda-benda haram tersebut.
2. Para auditor melakukan penelitian dan audit ke pabrik-pabrik (perusahaan) yang meminta sertifikasi produk halal. Pemeriksaan yang meliputi:
 - a. Pemeriksaan secara seksama terhadap bahan-bahan produk, baik bahan baku maupun bahan tambahan (penolong).

- b. Pemeriksaan terhadap bukti-bukti pembelian bahan produk.
3. Bahan-bahan tersebut kemudian diperiksa di laboratorium terutama bahan-bahan yang dicurigai sebagai benda haram atau mengandung benda haram untuk mendapat kepastian.
4. Pemeriksaan terhadap suatu perusahaan tidak jarang dilakukan lebih dari satu kali dan tidak jarang pula auditor LP.POM menyarankan bahkan mengharuskan agar mengganti suatu bahan yang dicurigai atau diduga mengandung bahan yang haram dengan bahan yang diyakini kehalalannya atau sudah bersertifikat produk halal dari MUI atau dari lembaga lain yang dipandang berkompeten, jika perusahaan tersebut tetap menginginkan mendapatkan sertifikat produk halal dari MUI.
5. Hasil pemeriksaan dari audit LP.POM tersebut kemudian dituangkan dalam sebuah berita acara dan kemudian berita acara tersebut diajukan ke Komisi Fatwa MUI untuk disidangkan.
6. Dalam Sidang Komisi Fatwa, LP.POM menyampaikan dan menjelaskan isi berita acara dan kemudian dibahas secara teliti dan mendalam oleh Sidang Komisi Fatwa MUI.
7. Suatu produk yang masih mengandung bahan yang diragukan kehalalannya, atau terdapat bukti-bukti pembelian bahan produk yang dipandang tidak transparan oleh Sidang Komisi Fatwa, dikembalikan kepada LP.POM

untuk dilakukan penelitian atau auditing ulang ke perusahaan yang bersangkutan.

8. Sedangkan produk yang telah diyakini kehalalannya oleh Sidang Komisi Fatwa, fatwa halalnya dilakukan oleh Sidang Komisi Fatwa (Rambe dan Afifuddin, 2012: 38-39).

2.2 Keputusan Pembelian

2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009: 184) “Mendefinisikan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian konsumen atas dasar pembelian suatu barang atau kebutuhan rumah tangga yang akan dibeli oleh konsumen untuk dikonsumsi maupun digunakan sebagai kebutuhan yang lainnya”. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Abdurrahman, 2015: 43) Keputusan pembelian yaitu keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa dengan memilih salah satu dari beberapa pilihan alternatif yang ada.

Inti dari pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan (*choice*), yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku (Harahap, 2018:192).

2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Kotler (2008) mengemukakan ada empat faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen, yaitu sebagai berikut;

a. Faktor Budaya

Faktor budaya seseorang mempengaruhi perilaku mereka dalam mencari, menyeleksi dan mengkonsumsi suatu produk, secara mendalam dan konsisten. Pengaruh faktor ini akan bersifat lebih permanen dan walaupun bisa berubah perlu usaha keras merubahnya. Pemasar perlu memahami peran yang dimainkan oleh faktor budaya, yang didalamnya terdapat budaya, subbudaya dan kelas sosial.

- 1) *Budaya*. Budaya adalah kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya. Budaya melekat dalam orang, sejarahnya dan keluarga, serta lingkungannya. Seseorang akan dipengaruhi oleh budaya mulai dari mereka lahir, sehingga budaya akan menancap dalam benak konsumen dengan tidak disadarinya. Aspek ini akan tercermin pada pola sikap dan pola fikir seseorang, sehingga mereka memiliki pola tertentu yang permanen dalam merespon setiap rangsangan dari luar.

- 2) *Subbudaya*. Sub-budaya adalah pembagian budaya dalam kelompok-kelompok budaya berdasarkan faktor horisontal, yaitu berdasar kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis. Pengelompokan ini didasarkan kepada pengelompokan horisontal, oleh karena akibat pengelompokan ini tidak menimbulkan perbedaan dalam strata kelompok. Masing-masing kelompok yang terbentuk tidak berarti lebih rendah atau lebih tinggi dari kelompok yang lain. Kelompok-kelompok yang terbentuk dalam sub-budaya ini memiliki ciri tersendiri, yang berbeda satu dengan lainnya, sehingga memerlukan cara yang berbeda dalam mempengaruhi mereka.
- 3) *Kelas Sosial*. Kelas sosial adalah pembagian kelompok masyarakat berdasarkan faktor horisontal, yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama. Kelompok-kelompok yang terbentuk dalam kelas sosial ini, akan memiliki strata yang berbeda dan memiliki orientasi dan perilaku yang berbeda. Di Indonesia kelas sosial biasanya di bagi menjadi kelas atas, kelas menengah dan kelas bawah.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terbentuk dan berasal dari lingkungan sekitar. Aktivitas sosialisasi seseorang dengan orang-orang disekelilingnya sehari-hari akan membentuk pola perilaku yang khas pada masyarakat. Termasuk faktor sosial adalah kelompok, keluarga dan peran dan status.

- 1) *Kelompok*. Kelompok merupakan dua atau lebih orang yang berinteraksi atas dasar kesamaan aktivitas untuk mencapai tujuan pribadi atau tujuan bersama. Dalam kehidupan sehari-hari orang tidak mungkin hidup sendiri, mereka memerlukan orang lain. Interaksi beberapa orang tersebut dalam kehidupan sehari-hari akan membentuk karakteristik bersama dalam kelompok tersebut. Kelompok mempunyai pengaruh langsung terhadap seseorang yang menjadi anggotanya, karena dengan merekalah mereka mendiskusikan sesuatu dan seringkali standar norma yang digunakan adalah standar norma pada kelompok terdekat tersebut. Apa yang baik, bernilai dan diidealkan dalam kelompok akan menjadi dasar anggota berperilaku.
- 2) *Keluarga*. Keluarga adalah kelompok sosial yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku

konsumen, khususnya pada masyarakat yang memiliki budaya kekeluargaan. Keluarga adalah sekumpulan orang yang mengelompok, tinggal dalam tempat yang sama dan memiliki perilaku yang relatif sama oleh karena mereka memiliki hubungan darah dan hukum di antara anggotanya. Nilai-nilai keluarga diturunkan oleh orang tuanya kepada anaknya dan berlaku dalam keluarga secara keseluruhan. Apa yang baik, menarik dan penting bagi anak, tergantung pada bagaimana nilai yang berlaku dalam keluarga.

- 3) *Peran dan Status*. Peran dan status didefinisikan sebagai posisi seseorang dalam masing-masing kelompok atau dalam lingkungannya. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang sesuai dengan orang-orang disekitarnya. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan masyarakat kepadanya. Mereka yang memimpin akan memiliki peran menjalankan pekerjaan kepemimpinan, dan oleh karenanya mereka akan diacu oleh mereka yang dipimpinnya. Mereka akan mendapatkan status yang tinggi dan diperlakukan istimewa. Oleh karena peran dan status ini akan mempengaruhi

perilaku pembelian mereka terhadap produk yang dibutuhkan.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku pembelian adalah usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup dan personalitas.

1) *Usia dan Tahapan Siklus Hidup*. Usia dan tahapan siklus hidup akan mempengaruhi apa yang dibeli dan bagaimana mereka melakukan pembelian. Anak-anak akan punya perilaku yang berbeda dengan remaja, demikian juga dengan mereka yang dewasa. Usia akan menentukan apa-apa yang lebih dipentingkan, apa yang kurang penting dan apa yang tidak penting. Anak-anak akan memilih mainan yang mereka sukai, remaja akan memilih pakaian atau aksesoris dan dewasa akan lebih suka produk yang bergengsi. Mereka yang sudah menikah berbeda perilakunya dengan yang masih bujang, baik dalam pilihan produk maupun dalam pengambilan keputusan pembelian produk.

2) *Situasi Ekonomi*. Situasi ekonomi akan mempengaruhi pola pembelian konsumen. Mereka yang secara ekonomi baik akan memiliki banyak pilihan, sementara yang ekonominya kurang baik akan terbatas pilihannya. Orientasi

kepada harga dan kualitas produk juga akan dipengaruhi oleh aspek ini. Makanan bagi mereka yang berpenghasilan tinggi akan cenderung memilih makanan yang bermerek, ditempat yang nyaman dan sehat. Bagi orang yang berpenghasilan rendah, akan memilih makanan yang sesuai dengan uang yang dimiliki, lebih mementingkan jumlah dan fungsi.

- 3) *Pekerjaan*. Pekerjaan seseorang akan memberi pengaruh kepada pilihan produk apa yang dibeli. Aktivitas dalam pekerjaan, lingkungan pekerjaan, mobilitas dan karakteristik lingkungan akan menentukan perilaku mereka membeli produk. Seorang pegawai akan membelanjakan uangnya dengan pola yang tetap, tiap bulan oleh karena pendapatan mereka tetap tiap bulan. Walaupun harus membeli produk dengan harga yang diluar jangkauan gajinya akan membeli melalui kredit.
- 4) *Gaya Hidup*. Gaya hidup adalah pola seseorang dalam hidup yang tercermin dalam aktivitas, minat dan pendapatannya terhadap sesuatu. Gaya hidup seseorang mempengaruhi perilakunya khususnya dalam kaitan dengan pilihan produk agar sesuai dengan gaya hidup yang dipilih. Orang yang memiliki gaya hidup modern akan cenderung membeli produk yang terbaru,

bermerek dan mahal. Penampilan menjadi hal penting dalam hidupnya. Sedangkan gaya hidup konservatif akan membeli produk karena fungsinya, baru atau tidak kurang dipentingkan, penampilan bukan hal yang sangat penting.

- 5) *Kepribadian*. Kepribadian adalah sekumpulan karakteristik psikologi unik yang secara konsisten mempengaruhi cara seseorang merespon situasi disekelilingnya. Kepribadian akan menentukan bagaimana seseorang menentukan kebutuhan yang akan dipenuhinya, bagaimana mereka mencari informasi, bagaimana mengkonsumsi dan bagaimana mereka menentukan sikap atas puas ataupun tidak puas.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologis adalah merupakan faktor dari dalam diri seseorang dan menentukan bagaimana mereka memilih dan mengkonsumsi produk. Adapun faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan dan sikap.

- 1) *Motivasi*. Motivasi adalah dorongan yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Setiap orang akan melakukan sesuatu berdasarkan dorongan-dorongan tersebut, termasuk dalam memenuhi kebutuhannya. Secara umum motivasi seseorang ditentukan oleh

kebutuhan yang ada dalam dirinya, yang dalam hal ini bisa dibagi menjadi lima kebutuhan. Kelima kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan bersosialisasi dengan masyarakat sekitar, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri.

- 2) *Persepsi*. Persepsi adalah proses dimana orang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Konsumen akan memberikan persepsi terhadap rangsangan yang diberikan oleh pemasar baik menyangkut produk, harga, promosi dan distribusi.
- 3) *Pembelajaran*. Pembelajaran adalah perubahan perilaku seseorang oleh karena pengalaman. Pembelajaran terjadi melalui interaksi dorongan, rangsangan, pertanda, respon dan penguatan. Pemasar perlu memahami proses pembelajaran konsumen, dan dapat menciptakan permintaan akan produk yang ditawarkan, melalui penciptaan mendorong pembelajaran seseorang. Percobaan produk tertentu juga merupakan media agar pembelajaran terjadi, sehingga jika konsumen memiliki pengalaman yang menarik tentang suatu produk, maka dimasa yang akan datang mereka

akan membeli produk tersebut. Upaya mendorong pembelajaran juga dapat dilakukan melalui penguatan dalam konsumsi produk agar konsumen memiliki pengalaman yang positif.

- 4) *Keyakinan dan Sikap*. Keyakinan adalah suatu pola yang diorganisasi melalui pengetahuan yang kemudian dipegang oleh seorang individu sebagai kebenaran dalam hidupnya. Sikap adalah evaluasi, perasaan, tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Seseorang mungkin akan memberikan keyakinan bahwa membeli mobil BMW akan mengangkat gengsi seseorang, sehingga mobil tersebut akan memiliki citra sebagai mobil bergengsi. Pemasar perlu mengembangkan keyakinan dan sikap konsumen melalui promosi, agar konsumen memiliki keyakinan dan sikap yang mendorong pembelian produk (Suharno dan Sutarso, 2010: 85-90).

2.2.3 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian

Tipe perilaku pembelian konsumen berdasarkan tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat perbedaan diantara mereka adalah sebagai berikut.

1. Perilaku Pembelian Kompleks (*Complex Buying Behavior*)

Perilaku pembelian kompleks adalah perilaku pembelian dalam situasi yang ditentukan oleh keterlibatan konsumen yang tinggi dalam pembelian dan perbedaan yang dianggap signifikan antar merek.

Konsumen mengalami keterlibatan yang tinggi dalam melaksanakan pembelian suatu produk apabila produk tersebut berharga mahal, jarang dibeli, memiliki resiko yang tinggi dan mencerminkan ekspresi diri yang tinggi. Konsumen mengalami keterlibatan yang kompleks ketika mereka memilih keterlibatan yang tinggi dalam membeli suatu produk dengan berbagai perbedaan yang nyata di antara berbagai merek produk yang ada. Misalnya, apabila seseorang membeli komputer, ia akan melewati tahap-tahap: proses belajar kognitif yang ditandai dengan berkembangnya kepercayaan terhadap produk, terbentuknya sikap dan penentuan pilihan pembelian.

2. Perilaku Pembelian Pengurangan Disonansi (*Dissonance Reducing Buying Behavior*)

Perilaku pembelian pengurangan disonansi adalah perilaku pembelian konsumen dalam situasi yang memiliki karakter keterlibatan tinggi, tetapi hanya ada sedikit perbedaan merek antar mereka. Keterlibatan konsumen yang tinggi dalam pembelian produk disebabkan produk yang dibeli harganya mahal, beresiko tinggi dan jarang dibeli.

Dalam hal ini konsumen mengunjungi beberapa toko untuk membeli produk tersebut. Ketika timbul ketidakcocokan dalam memilih suatu merek produk, konsumen melakukan atau mengambil keputusan yang dikembangkan dalam bentuk kepercayaan terhadap produk tersebut. Kemudian, menentukan sikap.

3. Perilaku Pembelian Kebiasaan (*Habitual Buying Behavior*)

Perilaku pembelian kebiasaan adalah perilaku pembelian konsumen dalam situasi yang memiliki karakter keterlibatan konsumen rendah dan anggapan perbedaan merek sedikit). Pembelian dilakukan melalui kebiasaan yang dapat menimbulkan loyalitas pada suatu merek.

Rendahnya keterlibatan konsumen atau timbulnya kebiasaan dalam melakukan pembelian produk disebabkan harga barang relatif rendah dan barang tersebut sering dibeli. Misalnya, sabun mandi.

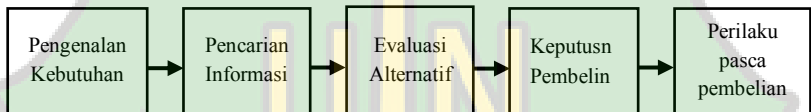
4. Perilaku Pembelian Mencari Keragaman (*Variety Seeking Buying Behavior*)

Perilaku pembelian mencari keragaman adalah perilaku pembelian konsumen yang mempunyai karakter keterlibatan konsumen yang rendah, tetapi dengan anggapan perbedaan merek yang signifikan. Keterlibatan konsumen rendah, tetapi ia dihadapkan pada berbagai pilihan merek. Kemudian, membeli merek produk yang berbeda dengan produk yang biasa ia beli dengan berbagai

alasan, misalnya karena bosan (Abdurrahman, 2015: 38-40).

2.2.4 Proses Keputusan Pembelian

Proses keputusan pembelian konsumen terdiri atas lima tahap, yaitu tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Proses keputusan pembelian konsumen ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2
Proses Keputusan Pembelian Konsumen

1. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan adalah tahap pertama proses keputusan pembelian, yaitu konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan itu dapat dipicu oleh rangsangan internal, seperti rasa lapar dan haus pada tingkat yang tinggi sehingga mendorong keinginan untuk membeli makanan atau minuman. Kebutuhan itu dapat pula dipicu oleh rangsangan eksternal, seperti tayangan iklan di televisi.

2. Pencarian Informasi

Pencarian informasi adalah tahap proses kebutuhan pembelian dengan cara mencari informasi lebih banyak.

Konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif. Konsumen dapat memperoleh informasi dari beberapa sumber, seperti sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga dan rekan), sumber komersial (iklan, wiraniaga, situs web, penyalur, kemasan), sumber publik (media, massa, organisasi, peringkat konsumen, pencarian internet) dan sumber pengalaman (penanganan, pemeriksaan, pemakaian produk).

Sumber komersial lebih banyak digunakan konsumen tentang suatu produk atau jasa karena sumber komersial ini dikendalikan oleh pemasar dengan cara-cara yang lebih menarik konsumen.

3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah tahap proses keputusan membeli konsumen dengan menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan. Untuk menilai alternatif pilihan konsumen, terdapat lima konsep dasar yang dapat dipergunakan untuk membantu pemahaman proses evaluasinya, yaitu sebagai berikut.

- a. *Product attributes* (sifat-sifat produk), yaitu kecenderungan konsumen untuk lebih memerhatikan ciri-ciri khusus. Misalnya ketika hendak membeli biskuit, konsumen memerhatikan kekhasan atau ciri khusus, yaitu kemasannya.

- b. *Importance weight* (bobot kepentingan), kecenderungan konsumen untuk lebih memerhatikan nilai kepentingan yang berbeda-beda pada setiap atribut produk yang dianggapnya lebih menonjol untuk diperhatikan.
- c. *Brand belief* (kepercayaan terhadap merek), kecenderungan konsumen untuk lebih memerhatikan pada merek suatu produk yang sangat menonjol menurut pandangannya sehingga menciptakan *brand image* pada konsumen tersebut. Misalnya pasta gigi merek pepsodent.
- d. *Utility function* (fungsi keamanan), konsumen mengharapkan kepuasan atas produk, yang bervariasi pada tingkatan pilihan untuk setiap produk.
- e. *Preference attitudes* (tingkat kesukaan), konsumen memberikan sikap preferensi (tingkat kesukaan) terhadap merek-merek alternatif melalui prosedur penilaian yang dilakukan konsumen.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian, yaitu keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa merupakan alternatif pilihan yang penting bagi pemasar (Schiffman dan Kanuk, 2007: 518).

5. Perilaku Pasca pembelian

Perilaku pascapembelian adalah tahap proses keputusan pembeli, yaitu konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka. Puas atau tidaknya konsumen ditentukan oleh perbandingan antara harapan (*expatation*) konsumen dan kinerja (*perceived performance*). Semakin besar kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja, semakin besar pula ketidakpuasan konsumen (Herdiana dan Sanusi, 2015: 41-43).

2.2.5 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2005), indikator-indikator dalam keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Kemantapan pada sebuah produk, merupakan keputusan yang dilakukan konsumen, setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan.
2. Kebiasaan dalam membeli produk, merupakan pengalaman orang terdekat (orang tua, saudara) dalam menggunakan suatu produk.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain, merupakan penyampaian informasi yang positif kepada orang lain, agar tertarik untuk melakukan pembelian.
4. Melakukan pembelian ulang, merupakan pembelian yang berkesinambungan setelah konsumen merasakan kenyamanan atas produk atau jasa yang diterima.

2.3 Produk Makanan Ringan

2.3.1 Pengertian Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dalam pengertian luas, produk mencakup apa saja yang bisa dipasarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa manusia, tempat, organisasi dan idea atau gagasan (Saidi, 2007). Menurut Kotler & Amstrong (2001: 346) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Jadi produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar yang nantinya akan dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

2.3.2 Pengertian Makanan Ringan

Makanan bahasa Arabnya adalah *tha'am*. Adapun pengertian *tha'am* secara istilah berarti segala sesuatu yang bisa dimakan yang dijadikan sebagai bahan makanan pokok, seperti gandum kasar, gandum halus dan kurma. Termasuk dalam pengertian ini segala sesuatu yang tumbuh dari bumi yang berupa tanam-tanama, buah-buahan serta hewan-hewan yang dimakan, baik hewan darat maupun hewan laut (Mujaddidyn, 2015).

Makanan adalah sesuatu yang dapat dikonsumsi oleh tubuh yang sangat diperlukan dalam proses tumbuh kembang. Makanan yang dikonsumsi ialah makanan yang memiliki gizi seimbang, mengandung serat dan zat-zat yang diperlukan oleh

tubuh. Menu makanan yang dikonsumsi haruslah memiliki unsur gizi zat seperti karbohidrat, protein, mineral, vitamin dan lemak. Atau yang lebih dikenal sebagai makanan 4 sehat 5 sempurna.

Makanan adalah kebutuhan pokok bagi setiap manusia. Setiap hari manusia membutuhkan makanan agar mempunyai energi untuk beraktifitas. Idealnya manusia membutuhkan makanan 3 kali sehari untuk memenuhi kebutuhan gizinya. Bila sebelumnya makan berarti harus mengkonsumsi nasi, maka seiring dengan perubahan gaya hidup, manusia tidak hanya mengkonsumsi nasi saja. Nasi sebagai sumber sumber karbohidrat yang mensuplai persentase terbesar untuk energi bisa digantikan dengan sumber karbohidrat yang lain. Seperti kentang, roti, gandum ataupun makanan pengganti lainnya.

Makanan ringan adalah makanan yang dikonsumsi untuk selingan di sela-sela makanan utama atau makanan yang biasa dikonsumsi untuk menahan rasa lapar atau dapat dikatakan makanan yang biasa dikonsumsi saat menanti waktu makanan pokok. Ada beberapa makanan ringan yang biasa dijumpai dalam masyarakat seperti kue, cookies atau kue kering, juga makanan ringan siap konsumsi yang diproduksi di pabrik-pabrik yang banyak beredar di toko-toko. Makanan ringan juga memiliki manfaat bagi masyarakat. Beberapa manfaat makanan ringan adalah (Zulkarnaen, 2013: 27-28):

a. Penunda rasa lapar

Makanan ringan mampu untuk menutupi rasa lapar yang datang secara tiba-tiba, tetapi harus disadari makanan ringan bukanlah sebagai pengganti makanan pokok.

b. Meredakan stress

Banyak beberapa makanan ringan yang mengandung zat *serotonin* dan vitamin e yang mampu melancarkan peredaran darah dalam otak dan memperbaiki kulit yang rusak karena stress.

c. Media berinteraksi masyarakat

Makanan ringan juga memiliki fungsi sosial, dimana kebiasaan masyarakat yang senang mengkonsumsi makanan ringan disaat berkumpul dengan sanak kerabat.

Produk yang termasuk dalam kategori makanan ringan menurut Surat Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK.00.05.52.4040 tanggal 9 Oktober 2006 tentang Kategori Pangan adalah semua makanan ringan yang berbahan dasar kentang, umbi, sereal, tepung atau pati (dari umbi dan kacang) dalam bentuk kerupuk, keripik dan produk ekstrusi seperti chiki-chiki-an.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Tengku Putri Lindung Bulan dan Muhammad Rizal (2016).	<i>“Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”</i> .	Kuantitatif	Diperoleh $KP = 2,831 + 0,828LH$. Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,335 atau bila dipresentasikan, maka 35% variabel label halal memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang dan sisanya sebesar 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan hasil $6,881 > 1,984$ dan dapat dinyatakan bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat (2013).	<i>“Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara”</i> .	Kuantitatif	Terdapat hubungan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan, hal ini dapat dilihat dari nilai sig $0,025 < 0,05$.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3	Yuli Rasma (2018).	<i>“Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam”</i> .	Kuantitatif	Labelisasi halal berpengaruh sebesar 1% terhadap minat beli masyarakat di kecamatan Syiah Kuala, sedangkan sisanya sebesar 99% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sedangkan di kecamatan Kuta Alam labelisasi halal berpengaruh sebesar 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi oleh variabel lain.
4	Ranu Nugraha, M.Kholid Mawardi dan Aniesa Samira Bafadhal (2017).	<i>“Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation di Kota Malang)”</i> .	Jenis penelitian <i>explonatory research</i> dengan pendekatan kuantitatif.	Variabel labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Namun pengaruh yang diberikan hanya sebesar 13,3%, hasil tersebut diperoleh dari nilai <i>R square</i> .
5	Defva Praptiolayasa, Siti Saroh dan Daris Zunaida (2019).	<i>“Pengaruh Labelisasi Halal dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Sabun Muka Produk Ponds di Pasar Kemlagi</i>	Kuantitatif	Terdapat pengaruh tidak signifikan variabel Merek (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan variabel Labelisasi Halal (X1) dan Merek (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Pertama penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan dan Muhammad Rizal (2016), berjudul "*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*". Metode analisis data menggunakan regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan uji t. Hasil penelitian diperoleh $KP = 2,831 + 0,828LH$. Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,335 atau bila dipresentasikan, maka 35% variabel label halal memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang dan sisanya sebesar 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Uji t diperoleh t hitung $>$ t tabel dengan hasil $6,881 > 1,984$ dan dapat dinyatakan bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat (2013), berjudul "*Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara*". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitiannya bahwa terdapat hubungan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan, hal ini dapat dilihat dari nilai sig $0,025 < 0,05$. Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu sama-sama meneliti mengenai pengaruh

labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya ialah dari objek penelitian dan studi kasus.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Yuli Rasma (2018), berjudul “Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier sederhana. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh sebesar 1% terhadap minat beli masyarakat di kecamatan Syiah Kuala, sedangkan sisanya sebesar 99% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sedangkan di kecamatan Kuta Alam labelisasi halal berpengaruh sebesar 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang labelisasi halal dan meneliti pada dua tempat studi kasus. Sedangkan perbedaannya yaitu variabel dependen yang digunakan adalah minat beli.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Ranu Nugraha, M.Kholid Mawardi dan Aniesa Samira Bafadhal (2017), berjudul “*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation di Kota Malang)*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explonatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal berpengaruh

signifikan terhadap minat beli. Namun pengaruh yang diberikan hanya sebesar 13,3%, hasil tersebut diperoleh dari nilai *R square*. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada variabel independent. Dan perbedaannya yaitu pada variabel dependentnya serta perbedaan dari segi lokasi.

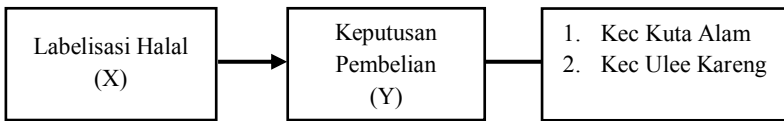
Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Defva Praptiolayasa, Siti Saroh dan Daris Zunaida (2019), berjudul “*Pengaruh Labelisasi Halal dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Sabun Muka Produk Ponds di Pasar Kemplagi Mojokerto)*”. Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode pendekatan secara kuantitatif. Hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan variabel Merek (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil uji F (ANOVA) dengan menggunakan perhitungan F tabel diperoleh F tabel sebesar 2,70 sedangkan F hitung diperoleh sebesar 9,959 yang artinya $F \text{ hitung } 9,959 > F \text{ tabel } 2,72$ dan nilai $\text{Sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Labelisasi Halal (X1) dan Merek (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Hipotesis keempat dengan $F \text{ hitung } > F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang menjadi persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti mengenai pengaruh labelisasi halal. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan dua variabel independen yakni labelisasi halal dan merek, serta perbedaan lain yaitu pada studi kasus.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori di atas, selanjutnya akan diuraikan kerangka pemikiran mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pada produk makanan ringan. Dalam penelitian ini variabel independen (X) adalah labelisasi halal sedangkan variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian. Berikut hubungan antara variabel labelisasi halal dengan keputusan pembelian

Menurut Rangkuti (2010:8) “Labelisasi Halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk yang menjelaskan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk yang halal. Label halal sebuah produk dapat dicantumkan pada sebuah kemasan apabila produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal oleh BPOM MUI. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen”. Dengan tercantumnya label halal pada bagian kemasan suatu produk, maka dapat memberikan pengaruh secara langsung bagi para konsumen untuk menggunakan suatu produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi suatu produk tersebut maka akan membuat seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.3
Kerangka pemikiran

2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian masalah yang didasarkan atas teori yang relevan (Sugiyono, 2016: 59). Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris (hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti di bawah dan *thesa* yang berarti kebenaran). Pernyataan atau dugaan tersebut disebut *proposisi* (Misbahuddin dan Iqbal, 2013: 34). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha: Terdapat pengaruh antara label halal dengan keputusan pembelian masyarakat di Kecamatan Kuta Alam.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara label halal dengan keputusan pembelian masyarakat di Kecamatan Kuta Alam.

Ha: Terdapat pengaruh antara label halal dengan keputusan pembelian masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara label halal dengan keputusan pembelian masyarakat di Kecamatan Ulee Kareng.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016: 23).

Prajitno mengutip pendapat Donmoyer (2013) beragumen bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian-kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisis dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif. Pendekatan kuantitatif adalah cara pandang atau melihat penelitian dari aspek kuantitas data.

3.2 Sumber Data

Sumber ialah tempat atau orang dimana data diperoleh, sedangkan data adalah fakta yang dijarah berdasarkan kerangka teoritis tertentu. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Data primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek

penelitian dilakukan. Dalam hal ini data primer diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner pada masyarakat kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Ulee Kareng yang menjadi responden dalam penelitian ini.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya (Siregar, 2013: 16). Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku, dokumen, artikel serta sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan data sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Siregar, 2013: 17). Dalam teknik pengumpulan data, penulis menggunakan penelitian lapangan (*field research*) menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016: 72).

3.4 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian. Adapun dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Ulee Kareng. Dan dalam penelitian ini, yang dijadikan objek penelitian adalah masyarakat muslim Kecamatan Ulee Kareng dan masyarakat non muslim yang berada di Kecamatan Kuta Alam. Sedangkan waktu adalah keseluruhan dari jalannya penelitian yang berkaitan dengan pengambilan data saat penelitian (Sangadji, 2010: 171). Waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2019.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017: 80). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat yang ada di kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Ulee Kareng.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017: 81). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu *non probability sampling*, dimana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Teknik penentuan sampelnya berupa

purposive sampling dimana peneliti menentukan sendiri pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Adapun penentuan jumlah sampel didasarkan pada pernyataan Supranto (2012), dimana ukuran sampel yang baik ditentukan dengan cara jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikalikan dengan lima (5) sampai sepuluh (10). Jadi perhitungan sampelnya adalah 12 pertanyaan x 10 = 120. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 sampel. Mengingat jumlah masyarakat yang ada di kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng sangat banyak, maka dari itu peneliti hanya mengambil 120 orang sampel dari kedua kecamatan yaitu 60 orang sampel di kecamatan Kuta Alam yang merupakan penduduk non muslim dan 60 orang sampel di kecamatan Ulee Kareng yang merupakan penduduk muslim.

3.6 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier sederhana, yaitu didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Adapun persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

- Y : Keputusan pembelian
- a : Titik potong garis regresi pada sumbu vertikal keputusan pembelian atau disebut intersep atau konstanta, yaitu nilai keputusan pembelian yang diprediksikan bila nilai $X = 0$
- b : Tingkat kemiringan garis regresi atau koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan nilai keputusan pembelian bila nilai labelisasi halal berubah sebesar satu satuan
- X : Labelisasi halal
- e : *error*

3.7 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017: 39). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu sebagai berikut:

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen: variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)

(Sugiyono, 2017: 39). Adapun variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah labelisasi halal.

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen: sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017: 39). Adapun variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Labelisasi Halal (X)	Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Rossanty, 2016).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Kepercayaan 3. Penilaian terhadap labelisasi halal (Mahwiyah, 2010). 	Likert 1-5
2	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian yaitu keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa dengan memilih salah satu dari beberapa pilihan alternatif yang ada (Schiffman dan Kanuk, 2000).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang (Kotler, 2009). 	Likert 1-5

3.8 Skala Pengukuran variabel

Skala yang digunakan untuk mengukur variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi, hal ini secara spesifik telah ditetapkan oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Variabel penelitian ini dijabarkan melalui dimensi menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijadikan indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun butir pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Ada lima alternatif yang akan digunakan dalam pemberian skor, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2014)

3.9 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami

dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2017: 244).

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat ketepatan instrumen pengukur penelitian. Validitas adalah ukuran yang sebenarnya, untuk mengukur apa yang akan diukur, yaitu ketepatan dan kecermatan tes dalam menjalankan fungsi pengukurnya (Rochaety, 2007: 57). Pengujian ini untuk mengetahui kebenaran instrumen penelitian agar dapat memberikan informasi yang akurat tentang hal yang diukur. Uji validitas dilakukan dengan cara melihat korelasi skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Dengan kata lain, jika sebuah kuesioner penelitian sudah dinyatakan valid berarti kuesioner mampu memperoleh data yang tepat dari yang hendak diteliti.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya/*reliabel* (Edwin dan Hardius, 2007: 116).

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi suatu alat pengukuran dalam gejala yang sama. Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah

mengukur reliabilitas dari alat. Uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu instrumen penelitian yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil penelitian dikatakan *reliabel*, apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Menghitung reliabilitas menggunakan rumus *Alpha cronbach*, maka batasan reliabilitas sebenarnya sudah ditentukan (Ghozali, 2011).

3.10 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka terlebih dilakukan uji asumsi klasik. Adapun uji asumsi klasik ini meliputi:

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2006: 110).

Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Data normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal (Husaini, 2012: 77). Hasil dari regresi dapat diperoleh dengan garis normal *P-Plot*. Selain dari grafik histogram dan *P=Plot*, untuk

menguji normalitas dengan nilai dapat menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov*.

Pengujian hipotesa *Kolmogrov-Smirnov* sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual terdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak terdistribusi normal.

3.10.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat uji yang bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Salah satu cara untuk melihat adanya masalah heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Cara menganalisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit, jika terjadi maka mengindikasikan terdapat heterokedastisitas.
- b. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ernawati, 2015: 50).

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Pengujian ini memiliki ketentuan – ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
- b. Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

3.11.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi (R^2) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai R^2 semakin

mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai R^2 semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Keadaan Geografis Kecamatan Kuta Alam

Kota Banda Aceh dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1956 sebagai daerah otonom dalam Provinsi Aceh. Pada awal pembentukannya, kota Banda Aceh hanya terdiri atas dua kecamatan, yaitu kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Baiturrahman dengan wilayah seluas 11,08 km². Kemudian berdasarkan peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 1983 tentang perubahan batas wilayah Kotamadya Dati II Banda Aceh, terjadi perluasan wilayah Kota Banda Aceh menjadi 61,36 km² dengan penambahan dua kecamatan baru yakni kecamatan Syiah Kuala dan kecamatan Meuraxa.

Pada awal pembentukannya, kecamatan Kuta Alam mencakup 17 gampong/desa, dengan ibukota kecamatan berada di gampong Bandar Baru. Namun, Peraturan Saerah Kota Banda Aceh No. 8 Tahun 2000 tentang pembentukan susunan organisasi dan tata kerja kecamatan Banda Raya, kecamatan Jaya Baru, kecamatan Ulee Kareng, kecamatan Kuta Raja, kecamatan Lueng Bata telah menyebabkan perubahan wilayah, sebagian wilayah kecamatan Kuta Alam berkurang membentuk kecamatan Kuta Raja sebagai pecahan dari kecamatan induk. Saat ini kecamatan Kuta Alam terdiri atas 2 kemukiman, 11 gampong dan 57 dusun. Mukim Lam

Kuta terdiri dari 6 gampong/desa dan 29 dusun, sedangkan mukim Kuta Alam terdiri dari 5 gampong/desa dan 28 dusun.

Tabel 4.1
Luas Kecamatan Kuta Alam Menurut Gampong

No	Gampong	Luas (Ha)
1	Mulia	68,00
2	Peunayong	36,10
3	Laksana	20,50
4	Keuramat	48,80
5	Kota Baru	69,00
6	Beurawe	83,00
7	Kuta Alam	80,00
8	Bandar Baru	147,25
9	Lamdingin	84,50
10	Lampulo	154,50
11	Lambaro Skep	228,80
Total		1020,45

Sumber : Kantor Camat Kuta Alam

Kecamatan Kuta Alam mempunyai luas wilayah \pm 1020 Ha dengan batas-batas antara lain sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Malaka
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan kecamatan Baiturrahman
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan kecamatan Syiah Kuala
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan kecamatan Kuta Raja

Tinggi rata-rata kecamatan Kuta Alam yaitu 0,80 meter diatas permukaan laut. Jumlah penduduk kecamatan Kuta Alam pada bulan Januari 2018 berjumlah 49,589 jiwa dengan jumlah KK sebanyak 12,046 KK.

4.1.2 Keadaan Geografis Kecamatan Ulee Kareng

Kota Banda Aceh dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1956 sebagai daerah otonom dalam Provinsi Aceh. Pada awal pembentukannya, Kota Banda Aceh hanya terdiri atas dua kecamatan, yaitu kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Baiturrahman dengan luas wilayah 11,08 Km².

Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 1983 tentang perubahan batas wilayah Kotamadya Dati II Banda Aceh, terjadi perluasan wilayah Kota Banda Aceh menjadi 61,36 Km² dengan penambahan dua kecamatan baru yakni kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Meuraxa. Pada tahun 2000 dikeluarkan Perda Nomor 8, dimana Perda tersebut berisi tentang pemekaran Banda Aceh yang selanjutnya mengalami pemekaran wilayah dari 5 kecamatan menjadi 9 kecamatan. Kecamatan Ulee Kareng merupakan pemekaran dari kecamatan Syiah Kuala. Kecamatan ini memiliki 2 mukim 9 gampong dan 31 dusun. Mukim Pouteumereuhom terdiri dari 5 gampong dan mukim Simpang Tujuh terdiri dari 4 gampong.

Tabel 4.2
Luas Kecamatan Ulee Kareng Menurut Gampong

No	Gampong	Luas (Ha)
1	Pango Raya	91,2
2	Pango Deah	44,1

Tabel 4.2-Lanjutan

No	Gampong	Luas (Ha)
3	Ilie	76,5
4	Lamteh	56,8
5	Lamglumpang	59,5
6	Ceurih	55,5
7	Ie masen Ulee Kareng	67,8
8	Doy	47,1
9	Lambhuk	116,5
Total		615,0

Sumber : Kantor Camat Ulee Kareng

Kecamatan Ulee Kareng mempunyai luas wilayah \pm 615 Ha dengan batas-batas antara lain sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan kecamatan Syiah Kuala
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan kecamatan Lueng Bata
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan kecamatan Kuta Alam
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar

Tinggi rata-rata kecamatan Ulee Kareng yaitu 9 meter diatas permukaan laut. Jumlah penduduk kecamatan Ulee Kareng pada bulan Agustus 2019 berjumlah 26,308 jiwa dengan jumlah KK sebanyak 7,603 KK.

4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh. Jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden adalah 120 orang dimana pada masing-masing kecamatan sebanyak 60 orang sampel. Setiap responden diberikan angket untuk dapat memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan skala likert. Adapun karakteristik responden yang dijelaskan oleh penulis diantaranya yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

4.2.1 Jenis Kelamin Responden Kecamatan Kuta Alam

Adapun data mengenai jenis kelamin responden di kecamatan Kuta Alam adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	16	27%
2	Perempuan	44	73%
Jumlah		60	100%

Sumber : Data kuesioner diolah

Berdasarkan data pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden di kecamatan Kuta Alam yaitu sebanyak 16 responden berjenis kelamin laki-laki atau 27% dan 44 responden berjenis kelamin perempuan atau 73%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang diteliti adalah berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 73%.

4.2.2 Usia Responden Kecamatan Kuta Alam

Adapun data mengenai usia responden di kecamatan Kuta Alam adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	15-20 tahun	47	78%
2	21-30 tahun	9	15%
3	31-40 tahun	4	7%
4	> 40 tahun	0	0%
Jumlah		60	100%

Sumber : Data kuesioner diolah

Berdasarkan data pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa usia responden di kecamatan Kuta Alam yaitu sebanyak 47 responden yang berusia 15-20 tahun atau 78%, 9 responden yang berusia 21-30 tahun atau 15%, 4 responden yang berusia 31-40 tahun atau 7% dan 0 untuk usia diatas 40 tahun atau 0%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang diteliti adalah berusia 15-20 tahun dengan persentase sebesar 78%.

4.2.3 Jenis Pekerjaan Responden Kecamatan Kuta Alam

Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden di kecamatan Kuta Alam adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	52	87%
2	Pegawan Negeri Sipil	0	0%

Tabel 4.5-Lanjutan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
3	Karyawan Swasta	5	8%
4	Tidak/Belum bekerja	0	0%
5	Ibu Rumah Tangga	3	5%
Jumlah		60	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah

Berdasarkan data pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden di kecamatan Kuta Alam yaitu 52 responden pelajar/mahasiswa atau 87%, 5 responden karyawan swasta atau 8%, 3 responden ibu rumah tangga atau 5%, 0 responden pegawai negeri sipil atau 0% dan 0 responden tidak/belum bekerja atau 0%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang diteliti adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 87%.

4.2.4 Jenis Kelamin Responden Kecamatan Ulee Kareng

Adapun data mengenai jenis kelamin responden di kecamatan Ulee Kareng adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	23	38%
2	Perempuan	37	62%
Jumlah		60	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah

Berdasarkan data pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden di kecamatan Ulee Kareng yaitu sebanyak

23 responden berjenis kelamin laki-laki atau 38% dan 37 responden berjenis kelamin perempuan atau 62%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang diteliti adalah berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 62%.

4.2.5 Usia Responden Kecamatan Ulee Kareng

Adapun data mengenai usia responden di kecamatan Ulee Kareng adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	15-20 tahun	18	30%
2	21-30 tahun	26	43%
3	31-40 tahun	16	27%
4	> 40 tahun	0	0%
Jumlah		60	100%

Sumber : Data kuesioner diolah

Berdasarkan data pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa usia responden di kecamatan Ulee Kareng yaitu sebanyak 18 responden yang berusia 15-20 tahun atau 30%, 26 responden yang berusia 21-30 tahun atau 43%, 16 responden yang berusia 31-40 tahun atau 27% dan 0 untuk usia diatas 40 tahun atau 0%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang diteliti adalah berusia 21-30 tahun dengan persentase sebesar 43%.

4.2.6 Jenis Pekerjaan Responden Kecamatan Ulee Kareng

Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden di kecamatan Ulee Kareng adalah:

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	44	73%
2	Pegawai Negeri Sipil	4	7%
3	Karyawan Swasta	5	8%
4	Tidak/Belum bekerja	0	0%
5	Ibu Rumah Tangga	7	12%
Jumlah		60	100%

Sumber : Data kuesioner diolah

Berdasarkan data pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden di kecamatan Ulee Kareng yaitu 44 responden pelajar/mahasiswa atau 73%, 4 responden pegawai negeri sipil atau 7%, 5 responden karyawan swasta atau 8%, 7 responden ibu rumah tangga atau 12% dan 0 responden tidak/belum bekerja atau 0%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang diteliti adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 73%.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

1. Kecamatan Kuta Alam

Dari kuesioner yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 12 pernyataan dan dibagi menjadi 2 variabel yaitu, 6 item pernyataan yang digunakan untuk mengetahui faktor labelisasi halal yang merupakan variabel independen (X). Dan 6 item pernyataan yang digunakan untuk mengetahui faktor keputusan pembelian yang merupakan variabel dependen (Y).

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa gambaran suatu tanggapan dari masyarakat di kecamatan Kuta Alam adalah sebagai berikut :

4.3.1 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Labelisasi Halal (X)

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Labelisasi Halal

No Item Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	0	0%	0	0%	4	6,6%	18	30%	38	63,3%	60	100%	4,56
P2	0	0%	0	0%	1	1,6%	21	35%	38	63,3%	60	100%	4,61
P3	0	0%	0	0%	6	10%	26	43,3%	28	46,6%	60	100%	3,36
P4	0	0%	0	0%	5	8,3%	31	51,6%	24	40%	60	100%	4,31
P5	0	0%	0	0%	2	43,3%	29	48,3%	5	8,3%	60	100%	3,65
P6	0	0%	0	0%	2	38,3%	28	46,6%	9	15%	60	100%	3,76
Jumlah												25,25	

Sumber : Data Primer 2019

Berdasarkan data pada tabel 4.9 dengan jumlah responden 60 orang terhadap 6 item pernyataan pada variabel labelisasi halal (X).

Pernyataan 1 (P1) dengan bentuk pernyataannya adalah setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 4 responden atau 6,6%, setuju sebanyak

18 responden atau 30% dan sangat setuju sebanyak 38 responden atau 63,3%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,56.

Pernyataan 2 (P2) dengan bentuk pernyataannya adalah bahan-bahan yang terdapat pada produk makanan ringan merupakan bahan-bahan yang sudah teruji kehalalannya karena terdapat label halal dari MUI. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 1 responden atau 1,6%, setuju sebanyak 21 responden atau 35% dan sangat setuju sebanyak 38 responden atau 63,3%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,61.

Pernyataan 3 (P3) dengan bentuk pernyataannya adalah saya percaya produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 6 responden atau 10%, setuju sebanyak 26 responden atau 43,3% dan sangat setuju sebanyak 28 responden atau 46,6%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,36.

Pernyataan 4 (P4) dengan bentuk pernyataannya adalah saya percaya produk makanan ringan berlabel halal memiliki bahan-bahan yang aman untuk dikonsumsi atau sudah teruji oleh BPOM. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 5 responden atau 8,3%, setuju sebanyak 31

responden atau 51,6% dan sangat setuju sebanyak 24 responden atau 40%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,31.

Pernyataan 5 (P5) dengan bentuk pernyataannya adalah saya merasa label halal menjadi penilaian saya dalam membeli produk makanan ringan. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 26 responden atau 43,3%, setuju sebanyak 29 responden atau 48,3% dan sangat setuju sebanyak 5 responden atau 8,3%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,65.

Pernyataan 6 (P6) dengan bentuk pernyataannya adalah saya lebih memilih produk makanan ringan berlabel halal daripada produk yang tidak memiliki label halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 23 responden atau 38,3%, setuju sebanyak 28 responden atau 46,6% dan sangat setuju sebanyak 9 responden atau 15%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,76.

4.3.2 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

No Item Pernyataan	STS(1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	0	0%	1	1,6%	17	28,3%	27	45%	15	25%	60	100%	3,93
P2	0	0%	0	0%	6	10%	23	38,3%	31	51,6%	60	100%	4,41
P3	0	0%	0	0%	28	46,6%	26	43,3%	6	10%	60	100%	3,63
P4	0	0%	6	0%	29	48,3%	23	38,3%	2	3,3%	60	100%	3,35
P5	0	0%	0	0%	19	31,6%	29	48,3%	12	20%	60	100%	3,88
P6	0	0%	0	0%	16	26,6%	29	48,3%	15	25%	60	100%	3,98
Jumlah												23,18	

Sumber : Data Primer 2019

Berdasarkan data pada tabel 4.10 dengan jumlah responden 60 orang terhadap 6 item pernyataan pada variabel keputusan pembelian (Y):

Pernyataan 1 (P1) dengan bentuk pernyataannya adalah saya selalu yakin dengan pembelian makanan ringan berlabel halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,6%, netral sebanyak 17 responden atau 28,3%, setuju sebanyak 27 responden atau 45% dan sangat setuju sebanyak 15 responden atau

25%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,93.

Pernyataan 2 (P2) dengan bentuk pernyataannya adalah saya yakin bahwa produk makanan ringan dengan label halal memenuhi syarat kehalalan syariat Islam. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 6 responden atau 10%, setuju sebanyak 23 responden atau 38,3% dan sangat setuju sebanyak 31 responden atau 51,6%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,41.

Pernyataan 3 (P3) dengan bentuk pernyataannya adalah ketika saya ingin mengkonsumsi makanan ringan, saya selalu mencari produk yang memiliki label halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 28 responden atau 46,6%, setuju sebanyak 26 responden atau 43,3% dan sangat setuju sebanyak 6 responden atau 10%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,63.

Pernyataan 4 (P4) dengan bentuk pernyataannya adalah saya jarang sekali mengkonsumsi produk makanan ringan yang tidak memiliki label halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 6 responden atau 1,0%, netral sebanyak 29 responden atau 48,3%, setuju sebanyak 23 responden atau 38,3% dan sangat

setuju sebanyak 2 responden atau 3,3%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,35.

Pernyataan 5 (P5) dengan bentuk pernyataannya adalah ketika saya merasa aman dan puas akan kualitas produk makanan ringan berlabel halal, saya akan merekomendasikan produk tersebut pada orang lain. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 19 responden atau 31,6%, setuju sebanyak 29 responden atau 48,3% dan sangat setuju sebanyak 12 responden atau 20%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,88.

Pernyataan 6 (P6) dengan bentuk pernyataannya adalah saya telah berkali-kali melakukan pembelian produk makanan ringan berlabel halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 16 responden atau 26,6%, setuju sebanyak 29 responden atau 48,3% dan sangat setuju sebanyak 15 responden atau 25%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,98.

2. Kecamatan Ulee Kareng

4.3.3 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Labelisasi Halal (X)

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Labelisasi Halal

No Item Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	0	0%	0	0%	1	16,6%	2	41,6%	2	41,6%	6	100%	4,25
P2	0	0%	0	0%	5	8,3%	3	50%	2	41,6%	6	100%	4,33
P3	0	0%	0	0%	1	20%	3	51,6%	1	28,3%	6	100%	4,08
P4	0	0%	0	0%	1	21,6%	2	48,3%	1	30%	6	100%	4,08
P5	0	0%	0	0%	9	15%	2	38,3%	2	46,6%	6	100%	4,31
P6	0	0%	0	0%	7	11,6%	2	43,3%	2	45%	6	100%	4,33
Jumlah												25,38	

Sumber : Data Primer 2019

Berdasarkan data pada tabel 4.11 dengan jumlah responden 60 orang terhadap 6 item pernyataan pada variabel labelisasi halal (X).

Pernyataan 1 (P1) dengan bentuk pernyataannya adalah setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 10 responden atau 16,6%, setuju sebanyak 25 responden atau 41,6% dan sangat setuju sebanyak 25

responden atau 41,6%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,25.

Pernyataan 2 (P2) dengan bentuk pernyataannya adalah bahan-bahan yang terdapat pada produk makanan ringan merupakan bahan-bahan yang sudah teruji kehalalannya karena terdapat label halal dari MUI. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 5 responden atau 8,3%, setuju sebanyak 30 responden atau 50% dan sangat setuju sebanyak 25 responden atau 41,6%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,33.

Pernyataan 3 (P3) dengan bentuk pernyataannya adalah saya percaya produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 12 responden atau 20%, setuju sebanyak 31 responden atau 51,6% dan sangat setuju sebanyak 17 responden atau 28,3%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,08.

Pernyataan 4 (P4) dengan bentuk pernyataannya adalah saya percaya produk makanan ringan berlabel halal memiliki bahan-bahan yang aman untuk dikonsumsi atau sudah teruji oleh BPOM. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 13 responden atau 21,6%, setuju sebanyak 29 responden atau 48,3% dan sangat setuju sebanyak 18 responden

atau 30%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,08.

Pernyataan 5 (P5) dengan bentuk pernyataannya adalah saya merasa label halal menjadi penilaian saya dalam membeli produk makanan ringan. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 9 responden atau 15%, setuju sebanyak 23 responden atau 38,3% dan sangat setuju sebanyak 28 responden atau 46,6%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,31.

Pernyataan 6 (P6) dengan bentuk pernyataannya adalah saya lebih memilih produk makanan ringan berlabel halal daripada produk yang tidak memiliki label halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, netral sebanyak 7 responden atau 11,6%, setuju sebanyak 26 responden atau 43,3% dan sangat setuju sebanyak 27 responden atau 45%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,33.

4.3.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

No Item Pernyataan	STS(1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	0	0%	1	1,6%	1	20%	2	48,3%	1	30%	6	100%	4,06

Tabel 4.12 – Lanjutan

No Item Pernyataan	STS(1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P2	0	0%	1	1,6%	6	10%	3	56,6%	1	31,6%	6	100%	4,18
P3	0	0%	1	1,6%	1	30%	2	41,6%	1	26,6%	6	100%	3,93
P4	0	0%	2	3,3%	1	21,6%	2	45%	1	30%	6	100%	4,01
P5	0	0%	4	6,6%	2	33,3%	2	38,3%	1	21,6%	6	100%	3,75
P6	0	0%	1	1,6%	7	11,6%	2	45%	2	41,6%	6	100%	4,26
Jumlah												24,19	

Sumber : Data Primer 2019

Berdasarkan data pada tabel 4.12 dengan jumlah responden 60 orang terhadap 6 item pernyataan pada variabel keputusan pembelian (Y).

Pernyataan 1 (P1) dengan bentuk pernyataannya adalah saya selalu yakin dengan pembelian makanan ringan berlabel halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,6%, netral sebanyak 12 responden atau 20%, setuju sebanyak 29 responden atau 48,3% dan sangat setuju sebanyak 18 responden atau 30%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,06.

Pernyataan 2 (P2) dengan bentuk pernyataannya adalah saya yakin bahwa produk makanan ringan dengan label halal memenuhi syarat kehalalan syariat Islam. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak

setuju sebanyak 1 responden atau 1,6%, netral sebanyak 6 responden atau 10%, setuju sebanyak 34 responden atau 56,6% dan sangat setuju sebanyak 19 responden atau 31,6%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,18.

Pernyataan 3 (P3) dengan bentuk pernyataannya adalah ketika saya ingin mengkonsumsi makanan ringan, saya selalu mencari produk yang memiliki label halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,6%, netral sebanyak 18 responden atau 30%, setuju sebanyak 25 responden atau 41,6% dan sangat setuju sebanyak 16 responden atau 26,6%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,93.

Pernyataan 4 (P4) dengan bentuk pernyataannya adalah saya jarang sekali mengkonsumsi produk makanan ringan yang tidak memiliki label halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 3,3%, netral sebanyak 13 responden atau 21,6%, setuju sebanyak 27 responden atau 45% dan sangat setuju sebanyak 18 responden atau 30%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,01.

Pernyataan 5 (P5) dengan bentuk pernyataannya adalah ketika saya merasa aman dan puas akan kualitas produk makanan ringan berlabel halal, saya akan merekomendasikan produk tersebut pada orang lain. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak

setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 4 responden atau 6,6%, netral sebanyak 20 responden atau 33,3%, setuju sebanyak 23 responden atau 38,3% dan sangat setuju sebanyak 13 responden atau 21,6%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,75.

Pernyataan 6 (P6) dengan bentuk pernyataannya adalah saya telah berkali-kali melakukan pembelian produk makanan ringan berlabel halal. Dari 60 responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,6%, netral sebanyak 7 responden atau 11,6%, setuju sebanyak 27 responden atau 45% dan sangat setuju sebanyak 25 responden atau 41,6%. Jika dilihat dari rata-ratanya, pernyataan ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,26.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur apakah valid atau sahnyanya pernyataan suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dari hasil output dengan r tabel yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS Statistic Version 21.0, dimana jika r hitung $>$ r tabel maka butir pertanyaan disetiap kuesioner dinyatakan valid, sedangkan jika r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan yang membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of

freedom (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel atau responden. Jadi dalam penelitian ini $df = 60-2$ atau $df = 58$ dengan alpha 5% sehingga $r \text{ tabel} = 0,254$.

Berikut ini adalah hasil yang diberikan kepada 60 responden dengan memberikan 12 pertanyaan yang dibagi menjadi 2 variabel utama yaitu variabel labelisasi halal (X) sebanyak 6 pernyataan dan variabel keputusan pembelian (Y) sebanyak 6 pernyataan. Hasil uji validitas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Labelisasi Halal (X)	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI	0,254	0,547	Valid
		Bahan-bahan yang terdapat pada produk makanan ringan merupakan bahan-bahan yang sudah teruji kehalalannya karena terdapat label halal dari MUI	0,254	0,367	Valid

Tabel 4.13-Lanjutan

No	Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
	Labelisasi Halal (X)	Saya percaya produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI	0,254	0,676	Valid
		Saya percaya produk makanan ringan berlabel halal memiliki bahan-bahan yang aman untuk dikonsumsi atau sudah teruji oleh BPOM	0,254	0,515	Valid
		Saya merasa label halal menjadi penilaian saya dalam membeli produk makanan ringan	0,254	0,626	Valid
		Saya lebih memilih produk makanan ringan berlabel halal daripada produk yang tidak memiliki label halal	0,254	0,613	Valid
2	Keputusan Pembelian (Y)	Saya selalu yakin dengan pembelian makanan ringan berlabel halal	0,254	0,589	Valid
		Saya yakin bahwa produk makanan ringan dengan label halal memenuhi syarat kehalalan syariat Islam	0,254	0,471	Valid

Tabel 4.13-Lanjutan

No	Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
	Keputusan Pembelian (Y)	Ketika saya ingin mengkonsumsi makanan ringan, saya selalu mencari produk yang memiliki label halal	0,254	0,677	Valid
		Saya jarang sekali mengkonsumsi produk makanan ringan yang tidak memiliki label halal	0,254	0,505	Valid
		Ketika saya merasa aman dan puas akan kualitas produk makanan ringan berlabel halal, saya akan merekomendasikan produk tersebut pada orang lain	0,254	0,629	Valid
		Saya telah berkali-kali melakukan pembelian produk makanan ringan berlabel halal	0,254	0,736	Valid

Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r hitung positif dan lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,254. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel X dan Y dinyatakan valid.

2. Kecamatan Ulee Kareng

4.14 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Labelisasi Halal (X)	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI	0,254	0,308	Valid
		Bahan-bahan yang terdapat pada produk makanan ringan merupakan bahan-bahan yang sudah teruji kehalalannya karena terdapat label halal dari MUI	0,254	0,563	Valid
		Saya percaya produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI	0,254	0,671	Valid
		Saya percaya produk makanan ringan berlabel halal memiliki bahan-bahan yang aman untuk dikonsumsi atau sudah teruji oleh BPOM	0,254	0,482	Valid
		Saya merasa label halal menjadi penilaian saya dalam membeli produk makanan ringan	0,254	0,618	Valid
		Saya lebih memilih produk makanan ringan berlabel halal daripada produk yang tidak memiliki label halal	0,254	0,493	Valid

Tabel 4.14 – Lanjutan

No	Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
2	Keputusan Pembelian (Y)	Saya selalu yakin dengan pembelian makanan ringan berlabel halal	0,254	0,574	Valid
		Saya yakin bahwa produk makanan ringan dengan label halal memenuhi syarat kehalalan syariat Islam	0,254	0,523	Valid
		Ketika saya ingin mengonsumsi makanan ringan, saya selalu mencari produk yang memiliki label halal	0,254	0,635	Valid
		Saya jarang sekali mengonsumsi produk makanan ringan yang tidak memiliki label halal	0,254	0,644	Valid
		Ketika saya merasa aman dan puas akan kualitas produk makanan ringan berlabel halal, saya akan merekomendasikan produk tersebut pada orang lain	0,254	0,589	Valid
		Saya telah berkali-kali melakukan pembelian produk makanan ringan berlabel halal	0,254	0,544	Valid

Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r hitung positif dan lebih besar

dibandingkan r tabel sebesar 0,254. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel X dan Y dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *Cronbach's Alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alpha* < 0,60. Adapun tingkat reliabilitas variabel labelisasi halal (X) dan variabel keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil olahan *SPSS Statistic Version 21,0* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

1. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach's	Critical Value	Keterangan
1	Labelisasi Halal	0,573	0,60	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,648	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa masing-masing nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari r tabel yaitu 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pernyataan sudah reliabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

2. Kecamatan Ulee Kareng

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Croncbach's	Critical Value	Keterangan
1	Labelisasi Halal	0,464	0,60	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,618	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa masing-masing nilai *croncbach's alpha* lebih besar dari r tabel yaitu 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pernyataan sudah reliabel karena nilai *croncbach's alpha* $> 0,60$.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat hasil sebaran data kuesioner apakah terdistribusi normal atau tidak. Adapun model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrov smirnov dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual terdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak terdistribusi normal.

1. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.17
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

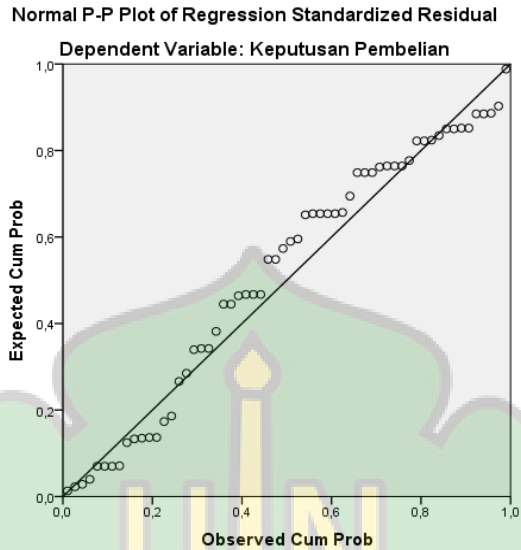
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,37063248
Most Extreme Differences	Absolute	,119
	Positive	,082
	Negative	-,119
Kolmogorov-Smirnov Z		,923
Asymp. Sig. (2-tailed)		,361

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada tabel 4.17 dengan menggunakan metode *kolmogorof smirnov* menunjukkan bahwa nilai signifikan residual sebesar 0,361 yang artinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut terdistribusi secara normal.

Selanjutnya didukung juga menggunakan grafik P-Plot dengan melihat penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebab titik-titik data searah mengikuti garis diagonal dan dapat dikatakan normal. Akan tetapi, jika penyebaran data jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normal.



Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas P-Plot

Berdasarkan pengujian normalitas pada gambar 4.1 di atas terlihat bahwa hasil penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal terpenuhi.

2. Kecamatan Ulee Kareng

Tabel 4.18
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

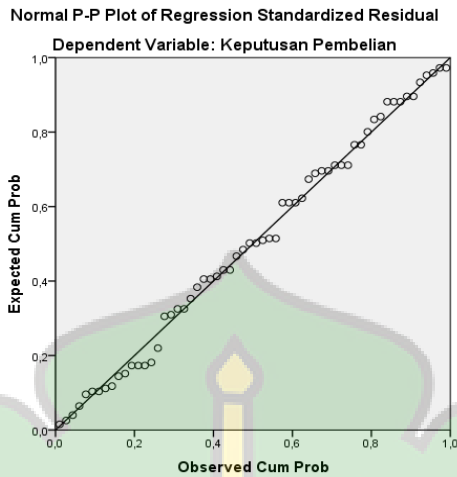
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,40562146
	Absolute	,071
Most Extreme Differences	Positive	,071
	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,548
Asymp. Sig. (2-tailed)		,925

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada tabel 4.18 dengan menggunakan metode *kolmogorof smirnov* menunjukkan bahwa nilai signifikan residual sebesar 0,925 yang artinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut terdistribusi secara normal.

Selanjutnya didukung juga menggunakan grafik P-Plot dengan melihat penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebab titik-titik data searah mengikuti garis diagonal dan dapat dikatakan normal. Akan tetapi, jika penyebaran data jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normal.



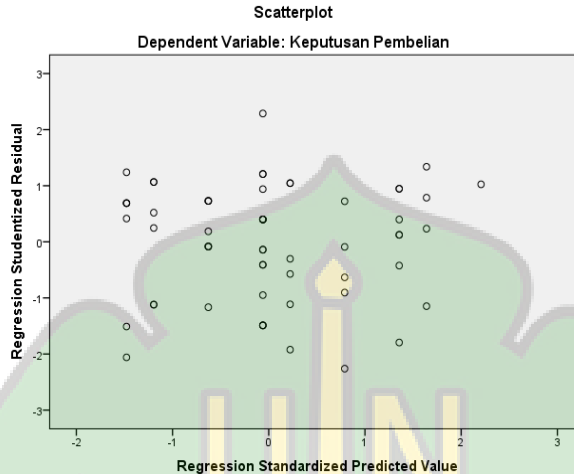
Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas P-Plot

Berdasarkan pengujian normalitas pada gambar 4.2 di atas terlihat bahwa hasil penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal terpenuhi.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi penelitian yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

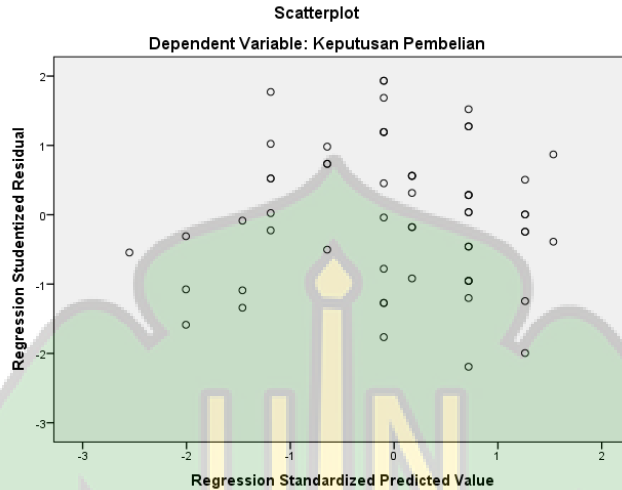
1. Kecamatan Kuta Alam



Gambar 4.3
Hasil Uji Scatterplot

Berdasarkan gambar 4.3 di atas dapat dilihat bahwa titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

2. Kecamatan Ulee Kareng



Gambar 4.4
Hasil Uji Scatterplot

Berdasarkan gambar 4.4 dapat dilihat bahwa titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

4.6 Uji Regresi Linier Sederhana

Pengujian regresi linier sederhana digunakan untuk menguji besarnya pengaruh antara satu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut merupakan tabel persamaan regresi linier sederhana.

1. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.19
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,309	,584		2,239	,029
1 Labelisasi Halal	,606	,138	,499	4,389	,000

a. Dependent Variable: keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, dapat dilihat terdapat nilai koefisien regresi. Pada kolom *Unstandardized Coefficients* terdapat nilai *constant* 1,309 dan nilai koefisien arah regresi sebesar 0,606. Maka dapat ditulis persamaan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 1,309 + 0,606X + e$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi variabel labelisasi halal (X) sebesar 0,606 menyatakan bahwa jika labelisasi halal meningkat 1 satuan maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,606. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian masyarakat.

2. Kecamatan Ulee Kareng

Tabel 4.20
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,647	,617		2,671	,010
1 Labelisasi Halal	,564	,145	,455	3,890	,000

a. Dependent Variable: keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat dilihat terdapat nilai koefisien regresi. Pada kolom *Unstandardized Coefficients* terdapat nilai *constant* 1,647 dan nilai koefisien arah regresi sebesar 0,564. Maka dapat ditulis persamaan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 1647 + 0,564X + e$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi variabel labelisasi halal (X) sebesar 0,564 menyatakan bahwa jika labelisasi halal meningkat 1 satuan maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,564. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian masyarakat.

4.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T dan Uji R^2 sebagai berikut.

4.7.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
- Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat secara individual.

1. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.21
Hasil Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	Keterangan
Labelisasi Halal (x)	4,389	2,001	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa variabel labelisasi halal (X) menghasilkan nilai t hitung sebesar 4,389 dan nilai t tabel ($df=60-2$) adalah 2,001 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,389 > 2,001$) dan $sig < 5\%$ ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel labelisasi halal berpengaruh secara parsial (individual) terhadap keputusan pembelian.

2. Kecamatan Ulee Kareng

Tabel 4.22
Hasil Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	Keterangan
Labelisasi Halal (x)	3,890	2,001	0,000	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa variabel labelisasi halal (X) menghasilkan nilai t hitung sebesar 3,890 dan nilai t tabel ($df=60-2$) adalah 2,001 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,890 > 2,001$) dan

sig < 5 % ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel labelisasi halal berpengaruh secara parsial (individual) terhadap keputusan pembelian.

4.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi. Hasil uji determinasi (R^2) adalah sebagai berikut :

1. Kecamatan Kuta Alam

Tabel 4.23
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,499 ^a	,249	,236	,3738

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,249. Hal ini berarti 24,9% variabel dependen berupa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu labelisasi halal. Sedangkan sisanya 75,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Kecamatan Ulee Kareng

Tabel 4.24
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,455 ^a	,207	,193	,4091

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,207. Hal ini berarti 20,7% variabel dependen berupa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu labelisasi halal. Sedangkan sisanya 79,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.8 Hasil Pembahasan

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk yang menunjukkan bahwa produk yang dimaksud tersebut sebagai produk halal. Labelisasi halal merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diujikan sebelumnya diketahui bahwa labelisasi halal (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada masyarakat di kecamatan Kuta Alam. Dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu

(4,389 > 2,001) dan tingkat signifikansi < 5 % yaitu (0,000 < 0,05). Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan labelisasi halal pada produk makanan ringan memberikan nilai positif dalam mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat.

Sedangkan di kecamatan Ulee Kareng hasil pengujian diketahui bahwa labelisasi halal (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) artinya masyarakat di kecamatan Ulee Kareng memperhatikan labelisasi halal pada produk makanan ringan, hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t. Dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu (3,890 > 2,001) dan tingkat signifikansi < 5 % yaitu (0,000 < 0,05) Artinya keberadaan labelisasi halal pada produk makanan ringan memberikan nilai positif dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan dan Muhammad Rizal (2016) yang menyatakan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, diperoleh dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan hasil 6,881 > 1,984.

Pencantuman labelisasi halal dinilai tepat untuk memberikan rasa nyaman dan aman bagi konsumen muslim karena memiliki jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung sesuatu yang yang haram dan diproduksi dengan cara yang halal dan beretika. Sedangkan bagi konsumen non muslim juga dapat memberikan rasa aman karena produk makanan ringan yang berlabel halal tidak hanya terbebas dari bahan-bahan yang haram

saja akan tetapi juga terbebas dari zat-zat yang dapat membahayakan tubuh.

Dengan adanya pencantuman label halal pada kemasan produk, khususnya produk makanan ringan maka secara langsung akan memberikan pengaruh kepada konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan pada masyarakat kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Ulee kareng Banda Aceh, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh labelisasi halal pada produk makanan ringan terhadap keputusan pembelian masyarakat di kecamatan Kuta Alam dan kecamatan Ulee kareng yaitu:
 - a. Kecamatan Kuta Alam, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Artinya masyarakat di kecamatan Kuta Alam memperhatikan labelisasi halal yang terdapat pada produk makanan ringan.
 - b. Kecamatan Ulee Kareng, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Artinya masyarakat di kecamatan Ulee Kareng memperhatikan labelisasi halal yang terdapat pada produk makanan ringan.
2. Tidak terdapat perbedaan keputusan pembelian terhadap makanan ringan berlabel halal pada masyarakat di kecamatan Kuta Alam dengan kecamatan Ulee Kareng, hal ini dibuktikan dari hasil output spss yaitu nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yang menandakan signifikan pada dua kecamatan

tersebut. Dan dari hasil uji hipotesis menyatakan bahwa labelisasi halal memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian di kecamatan Kuta Alam sebesar 24,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan di kecamatan Ulee Kareng labelisasi halal memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 20,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi masyarakat hendaknya tetap menjaga dan memperhatikan konsumsi makanan yang sesuai dengan aturan Islam, karena Islam telah mengajarkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan thoyib guna mendapatkan ridha Allah SWT.
2. Karena besarnya pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian masyarakat maka diharapkan kepada produsen makanan ringan yang belum memiliki label halal untuk dapat segera mendaftarkan produknya ke LPPOM-MUI agar mendapatkan sertifikasi halal.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, agar dapat lebih melengkapi penelitian ini karena masih banyak variabel bebas lainnya yang juga mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Bagi pemerintah diharapkan lebih selektif dalam memberikan sertifikasi halal pada produk-produk yang diciptakan, terutama produk pangan karena masyarakat Indonesia merupakan mayoritas yang beragama muslim.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya.

- Abdurrahman, Nana Herdiana dan Achmad Sanusi. (2015). *“Manajemen Strategi Pemasaran”*. Bandung: Pustaka Setia.
- Bara, Al dan Rahmayanti Nasution. (2018). “Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan”. *Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*.
- Bulan, Tengku Putri Lindung dan Muhammad Rizal. (2016). “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol.5, No.1 .
- Departemen Agama RI. (2000). *“Pedoman Pangan Halal bagi Konsumen, Importir dan Konsumen di Indonesia”*. Jakarta: Tim penerbit buku pedoman pangan halal.
- Ghozali, Imam. (2011). *“Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Darwis, dkk. (2018) “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan”, *Jurnal ilmu manajemen dan bisnis islam*. Vol.4, No.2.
- Hasan, KN. Sofyan. (2014) “Kepastian Hukum Dan Labelisasi Halal Produk Pangan”, *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol.14, No.2.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2003). *“Pedoman Labelisasi Halal”*. Jakarta.

- Kotler, Philip. (2009). *“Marketing Manajemen”*. Edisi Milenium Jilid 1, Edisi kesepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2003). *“Manajemen Pemasaran Perspektif Asia”*. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. (2008). *“Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Ke 13”*. Surabaya: Erlangga.
- Kurnia Sari, Dewi dan Ilyda Sudardjat. (2013). “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara”. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol.1, No.4.
- Mahwiyah. (2010).” *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarata)*”. Skripsi. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mayasari, Nura. (2007). *“Memilih Makanan Halal”*. Jakarta Selatan: Qultum Media.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. (2013). *“Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi Ke-2”*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad, Asy’arie. (2018). *“Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarief Hidayatullah Jakarta.
- Mujaddidyn, Mohammad Ababilil. (2015). *“Sertifikasi Halal Terhadap Produk Impor dalam Perspektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)”*. Skripsi. Tulungagung: Fakultas Syariah dan

Ilmu Hukum Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Tulungagung.

- Nugraha, Ranu, dkk. (2017). “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.51, No.2.
- Prajitno. (2013). “*Metode Penelitian Kuantitatif*”. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Rambe, Yuli Mutiah dan Syaad Afifuddin. (2012) “Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)”. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol.1, No.1.
- Rasma, Yuli. (2018). “*Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam*”, Skripsi. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Rochaety, Eti, dkk. (2007). “*Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*”. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rossanty, Yossie, dkk. (2016). “Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Mperating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Di Kota Medan”. *Jurnal Manajemen Tools*. Vol.6, No.1.
- Sari, Rika Salviyah. (2018). “*Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Studi pada Kecamatan Medan Baru Kelurahan Padang Bulan)*”, Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.

- Siregar, Syofian. (2013). *“Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS”*. Jakarta: Kencana.
- Setyadi, Agus. *“Peunayong, Kampung China di Aceh yang Ada Sejak Sultan Iskandar Muda,”* detikNews, 7 Februari, (2018).
- Setiyaningrum, Ari, dkk. (2015). *“Prinsip-prinsip Pemasaran”*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2016). *“Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi”*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. (2010). *“Marketing in Practice”*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarigan, Eka Dewi Setia. *“Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Edan Area Medan”*, *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol.3, No.1, Desember (2016).
- Zulkarnaen, Halim Oky. (2013), *“Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo)”*, Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER

Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)

Assalamualaikum Wr.Wb.

Responden yang terhormat,

Saya Nurul Fajrina, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Saya sedang melakukan penelitian tentang Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh) yang merupakan sumber data utama bagi skripsi ini, maka dimohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis. Atas partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Nurul Fajrina

A. Identitas Responden

Berilah tanda centang [✓] pada salah satu pilihan jawaban dan tuliskan jawaban singkat jika jawaban anda tidak tersedia pada pilihan jawaban dalam kuesioner ini.

No Responden :
Kecamatan : Kuta Alam Ulee Kareng

1. Jenis Kelamin :
 Laki-laki Perempuan

2. Usia :
 15-20 Tahun 31-40 Tahun
 21-30 Tahun > 40 Tahun

3. Pekerjaan :
 Pelajar/Mahasiswa Tidak/Belum bekerja
 Pegawai Negeri Sipil Lainnya : ...
 Karyawan Swasta

B. Petunjuk Pengisian

Di bawah ini terdapat sejumlah pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan. Berilah tanda centang [✓] pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

Adapun pilihan jawabannya adalah :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Labelisasi Halal (x)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Setiap produk makanan harus mempunyai label halal resmi dari MUI.					
2	Bahan-bahan yang terdapat pada produk makanan ringan merupakan bahan-bahan yang sudah teruji kehalalannya karena terdapat label halal dari MUI.					
3	Saya percaya produk berlogo halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI.					
4	Saya percaya produk makanan ringan berlabel halal memiliki bahan-bahan yang aman untuk dikonsumsi atau sudah teruji oleh BPOM.					
5	Saya merasa label halal menjadi penilaian saya dalam membeli produk makanan ringan.					

6	Saya lebih memilih produk makanan ringan berlabel halal daripada produk yang tidak memiliki label halal.					
---	--	--	--	--	--	--

Sumber : Rika Salviyah Sari (2018)

B. Keputusan Pembelian (y)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu yakin dengan pembelian makanan ringan berlabel halal.					
2	Saya yakin bahwa produk makanan ringan dengan label halal memenuhi syarat kehalalan syariat Islam.					
3	Ketika saya ingin mengkonsumsi makanan ringan, saya selalu mencari produk yang memiliki label halal.					
4	Saya jarang sekali mengkonsumsi produk makanan ringan yang tidak memiliki label halal.					
5	Ketika saya merasa aman dan puas akan kualitas produk makanan ringan berlabel halal, saya akan merekomendasikan produk tersebut pada orang lain.					
6	Saya telah berkali-kali melakukan pembelian produk makanan ringan berlabel halal.					

Sumber : Iis Ariska Nurhasanah (2018)

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden Penelitian Untuk Variabel Labelisasi Halal (X) di Kecamatan Kuta Alam

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6
1	5	5	5	5	4	5
2	5	5	5	4	5	4
3	5	4	5	5	3	3
4	4	5	5	5	3	3
5	3	5	5	4	3	3
6	4	4	4	4	4	3
7	5	5	5	5	5	4
8	5	5	4	4	4	3
9	5	5	5	5	4	4
10	5	5	5	5	4	4
11	5	4	4	4	3	3
12	5	4	5	5	4	3
13	4	5	3	3	4	4
14	5	5	5	4	4	4
15	5	5	4	5	4	4
16	5	5	5	5	4	4
17	3	5	3	4	4	4
18	5	5	5	4	4	4
19	4	5	3	4	3	3
20	5	5	4	5	3	3
21	5	5	4	4	4	3
22	4	4	5	5	3	3
23	3	4	4	4	4	3
24	5	5	4	5	3	3
25	4	4	5	5	4	3
26	5	4	3	4	3	4
27	4	4	5	5	4	5
28	5	5	4	4	3	4
29	4	4	4	5	4	4

30	4	5	3	3	3	4
31	4	4	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5	5
33	4	5	5	5	4	4
34	5	4	4	3	4	5
35	4	4	4	4	3	3
36	4	5	5	4	3	3
37	5	5	4	4	3	3
38	4	5	4	4	3	4
39	5	4	5	4	3	4
40	5	5	5	4	3	4
41	5	5	4	3	3	4
42	5	4	4	4	4	4
43	4	5	5	5	3	4
44	4	3	5	5	3	5
45	5	5	4	4	3	3
46	3	4	4	4	4	3
47	5	4	3	4	3	3
48	5	4	5	3	4	5
49	4	4	4	4	3	3
50	5	5	5	4	5	5
51	5	5	5	5	4	5
52	5	5	5	5	4	4
53	5	5	4	4	3	3
54	5	4	4	5	4	4
55	5	5	5	4	4	5
56	5	5	4	5	5	4
57	5	5	5	4	3	4
58	4	4	4	5	4	4
59	5	5	4	4	3	4
60	5	5	4	4	4	3

Lampiran 3 : Tabulasi Jawaban Responden Penelitian Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y) di Kecamatan Kuta Alam

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
1	5	5	4	4	4	4
2	5	5	4	4	5	4
3	4	5	3	4	3	3
4	3	5	3	3	3	3
5	4	4	3	4	4	5
6	3	4	3	3	3	3
7	5	5	4	4	4	5
8	4	4	4	3	3	3
9	5	5	4	3	3	4
10	5	5	3	2	3	3
11	4	3	3	3	3	3
12	4	4	3	2	3	3
13	4	5	4	3	4	4
14	4	3	3	4	4	4
15	3	3	3	3	4	3
16	4	5	4	3	4	5
17	3	4	4	4	4	4
18	5	5	4	3	4	5
19	2	4	3	2	3	3
20	4	4	3	3	3	3
21	5	3	4	4	3	4
22	3	4	3	3	3	4
23	5	4	3	3	3	5
24	4	5	3	2	3	3
25	4	5	3	3	4	4
26	4	4	4	3	3	4
27	4	4	4	2	5	5
28	4	5	4	4	4	4

29	4	5	4	4	4	3
30	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	3	4	3
32	5	5	5	4	4	5
33	4	4	4	2	4	5
34	5	3	3	5	4	4
35	4	5	3	3	5	4
36	3	5	4	4	4	4
37	3	5	3	3	4	4
38	4	5	3	3	5	4
39	4	5	4	4	3	4
40	3	4	3	4	4	4
41	4	5	4	3	4	4
42	3	5	3	3	4	4
43	3	4	3	3	4	4
44	3	4	5	3	4	5
45	3	5	3	3	5	3
46	4	4	3	3	4	4
47	4	5	3	3	4	4
48	4	5	4	4	5	4
49	4	4	3	4	4	4
50	4	5	3	3	5	3
51	5	5	4	4	5	5
52	3	5	4	3	5	5
53	3	4	4	5	3	4
54	5	5	4	4	4	4
55	5	4	5	4	4	5
56	5	4	4	4	4	5
57	3	4	5	4	3	4
58	5	5	5	3	5	5
59	4	4	5	4	5	4
60	3	5	4	4	5	5

Lampiran 4 : Tabulasi Jawaban Responden Penelitian Untuk Variabel Labelisasi Halal (X) di Kecamatan Ulee Kareng

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6
1	5	5	4	4	4	5
2	4	4	3	3	3	4
3	5	4	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	5
5	4	3	3	4	4	4
6	5	3	3	3	4	4
7	4	5	5	4	4	3
8	3	4	4	4	4	4
9	3	5	4	4	5	5
10	5	5	4	4	3	4
11	4	4	4	5	5	5
12	3	4	4	4	5	5
13	4	4	5	4	5	4
14	4	5	5	4	4	5
15	5	5	5	4	5	5
16	4	4	3	4	5	5
17	4	4	5	5	5	4
18	4	4	4	4	3	4
19	5	5	4	4	5	4
20	4	5	4	5	4	4
21	5	5	4	5	5	4
22	3	4	4	3	5	3
23	4	4	5	5	5	4
24	5	5	4	4	5	5
25	4	4	4	5	5	5
26	5	4	4	4	3	4
27	5	5	3	3	4	5
28	5	4	4	4	4	4
29	3	4	4	5	4	3

30	5	4	4	4	4	4
31	4	5	5	5	4	4
32	5	4	5	5	5	5
33	5	5	5	3	4	5
34	3	5	5	3	5	5
35	5	5	4	5	5	4
36	5	5	4	3	5	4
37	4	5	4	5	5	5
38	5	4	3	4	4	5
39	4	5	5	4	4	5
40	4	4	4	4	5	3
41	4	4	3	3	4	5
42	3	5	5	4	4	4
43	4	4	3	3	5	4
44	5	5	4	4	5	4
45	3	5	4	5	4	5
46	5	3	4	3	5	5
47	5	4	4	5	4	5
48	5	4	4	5	4	3
49	5	3	3	4	3	3
50	4	5	5	4	5	4
51	4	5	4	3	3	5
52	5	4	5	5	5	4
53	4	4	3	3	3	4
54	3	4	3	4	3	3
55	5	3	4	3	3	5
56	4	5	5	4	5	5
57	4	4	4	5	4	5
58	5	4	4	4	4	4
59	4	5	5	4	5	5
60	3	4	3	5	5	4

Lampiran 5 : Tabulasi Jawaban Responden Penelitian Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y) di Kecamatan Ulee Kareng

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	4	4	4	5	4	4
2	4	4	3	4	3	3
3	5	5	4	4	3	3
4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	3	2	2
6	4	4	3	4	3	4
7	4	4	3	3	3	4
8	4	3	4	4	4	4
9	3	4	5	5	5	4
10	5	5	5	5	4	5
11	4	4	4	3	4	4
12	5	4	5	5	4	4
13	5	3	3	3	3	5
14	4	3	4	3	3	3
15	3	3	5	5	5	4
16	4	4	3	4	2	3
17	4	3	3	3	5	4
18	4	4	4	5	3	5
19	4	4	4	5	4	4
20	4	4	4	4	5	5
21	5	5	4	4	3	4
22	3	4	3	4	2	4
23	3	4	4	4	5	4
24	3	4	3	4	4	5
25	5	5	4	4	4	4
26	4	4	5	5	4	3
27	3	3	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4

29	4	4	3	4	3	4
30	3	4	4	4	3	3
31	5	5	4	4	5	5
32	4	5	5	5	4	5
33	4	5	3	3	3	5
34	4	4	5	4	3	4
35	5	5	4	3	3	5
36	3	5	3	5	3	5
37	4	4	5	5	4	4
38	5	4	4	4	5	5
39	5	5	5	5	3	5
40	4	4	4	3	3	4
41	4	5	4	3	4	4
42	5	5	4	5	5	5
43	5	5	3	5	4	5
44	3	4	3	4	4	5
45	4	5	3	4	5	4
46	5	4	5	4	4	5
47	5	4	4	3	5	5
48	4	5	4	3	4	5
49	3	4	2	2	3	5
50	5	4	5	4	4	4
51	5	4	3	4	4	5
52	4	4	3	4	3	3
53	3	4	3	2	2	4
54	2	2	4	3	5	4
55	3	5	3	5	3	5
56	4	4	5	5	5	4
57	5	4	5	4	4	4
58	5	5	5	4	4	5
59	4	4	4	5	4	5
60	4	5	5	4	3	5

Lampiran 6 : Uji Validitas

Labelisasi Halal (X)

1. Kecamatan Kuta Alam

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1. 1	Pearson Correlation	1	,262	,187	,054	,125	,232	,547**
	Sig. (2-tailed)		,043	,153	,682	,341	,074	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 2	Pearson Correlation	,262*	1	,070	-,037	,100	,029	,367**
	Sig. (2-tailed)	,043		,595	,778	,449	,824	,004
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 3	Pearson Correlation	,187	,070	1	,452**	,230	,298*	,676**
	Sig. (2-tailed)	,153	,595	,000	,077	,021	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 4	Pearson Correlation	,054	-,037	,452**	1	,199	,017	,515**
	Sig. (2-tailed)	,682	,778	,000	,127	,898	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 5	Pearson Correlation	,125	,100	,230	,199	1	,426**	,626**
	Sig. (2-tailed)	,341	,449	,077	,127	,001	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 6	Pearson Correlation	,232	,029	,298*	,017	,426**	1	,613**
	Sig. (2-tailed)	,074	,824	,021	,898	,001	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1	Pearson Correlation	,547**	,367**	,676**	,515**	,626**	,613**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

2. Kecamatan Ulee Kareng

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1. 1	Pearson Correlation	1	-,074	-,042	-,073	-,056	,103	,308
	Sig. (2-tailed)		,574	,751	,581	,670	,435	,017
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 2	Pearson Correlation	-,074	1	,439**	,087	,211	,211	,563**
	Sig. (2-tailed)	,574		,000	,507	,106	,105	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 3	Pearson Correlation	-,042	,439**	1	,290*	,316*	,155	,671**
	Sig. (2-tailed)	,751	,000		,024	,014	,237	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 4	Pearson Correlation	-,073	,087	,290*	1	,241	-,058	,482**
	Sig. (2-tailed)	,581	,507	,024		,064	,662	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 5	Pearson Correlation	-,056	,211	,316*	,241	1	,195	,618**
	Sig. (2-tailed)	,670	,106	,014	,064		,136	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1. 6	Pearson Correlation	,103	,211	,155	-,058	,195	1	,493**
	Sig. (2-tailed)	,435	,105	,237	,662	,136		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X1	Pearson Correlation	,308*	,563**	,671**	,482**	,618**	,493**	1
	Sig. (2-tailed)	,017	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Keputusan Pembelian (Y)

1. Kecamatan Kuta Alam

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,151	,280	,197	,108	,329	,589
	Sig. (2-tailed)		,248	,030	,132	,413	,010	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	,151	1	,159	-,062	,350**	,154	,471**
	Sig. (2-tailed)	,248		,226	,636	,006	,240	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	,280	,159	1	,314	,230	,516**	,677**
	Sig. (2-tailed)	,030	,226		,015	,077	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	,197	-,062	,314	1	,149	,242	,505**
	Sig. (2-tailed)	,132	,636	,015		,257	,062	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y5	Pearson Correlation	,108	,350**	,230	,149	1	,421**	,629**
	Sig. (2-tailed)	,413	,006	,077	,257		,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y6	Pearson Correlation	,329	,154	,516**	,242	,421**	1	,736**
	Sig. (2-tailed)	,010	,240	,000	,062	,001		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y	Pearson Correlation	,589**	,471**	,677**	,505**	,629**	,736**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

2. Kecamatan Ulee kareng

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y	
Y1	Pearson Correlation	1	,407**	,288	,108	,077	,181	,574**
	Sig. (2-tailed)		,001	,026	,409	,560	,166	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	,407**	1	,086	,241	-,093	,344**	,523**
	Sig. (2-tailed)	,001		,515	,064	,480	,007	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	,288	,086	1	,445**	,363**	,002	,635**
	Sig. (2-tailed)	,026	,515		,000	,004	,988	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	,108	,241	,445**	1	,292*	,135	,644**
	Sig. (2-tailed)	,409	,064	,000		,024	,305	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y5	Pearson Correlation	,077	-,093	,363**	,292*	1	,317*	,589**
	Sig. (2-tailed)	,560	,480	,004	,024		,014	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y6	Pearson Correlation	,181	,344**	,002	,135	,317*	1	,544**
	Sig. (2-tailed)	,166	,007	,988	,305	,014		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y	Pearson Correlation	,574**	,523**	,635**	,644**	,589**	,544**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Lampiran 7 : Uji Reliabilitas

Labelisasi Halal (X)

1. Kecamatan Kuta Alam

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,573	6

2. Kecamatan Ulee Kareng

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,464	6

Keputusan Pembelian (Y)

1. Kecamatan Kuta Alam

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,648	6

2. Kecamatan Ulee Kareng

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,618	6

Lampiran 8 : Uji Normalitas

1. Kecamatan Kuta Alam

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

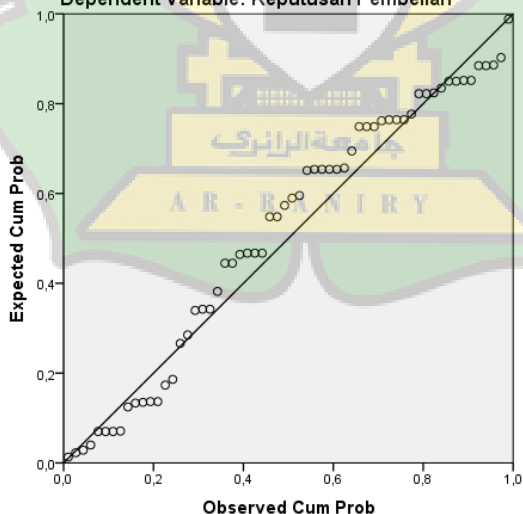
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,37063248
	Absolute	,119
Most Extreme Differences	Positive	,082
	Negative	-,119
Kolmogorov-Smirnov Z		,923
Asymp. Sig. (2-tailed)		,361

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



2. Kecamatan Ulee Kareng

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

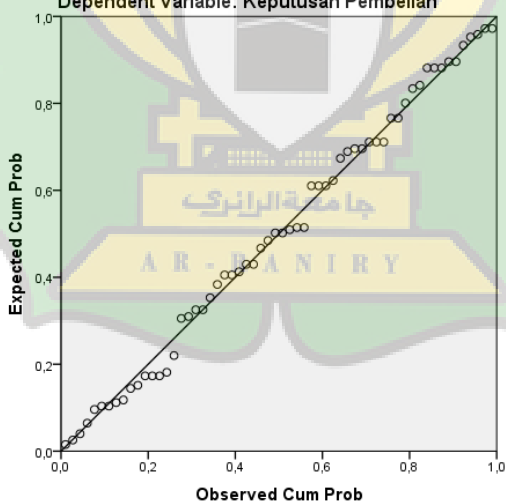
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,40562146
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,548
Asymp. Sig. (2-tailed)		,925

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

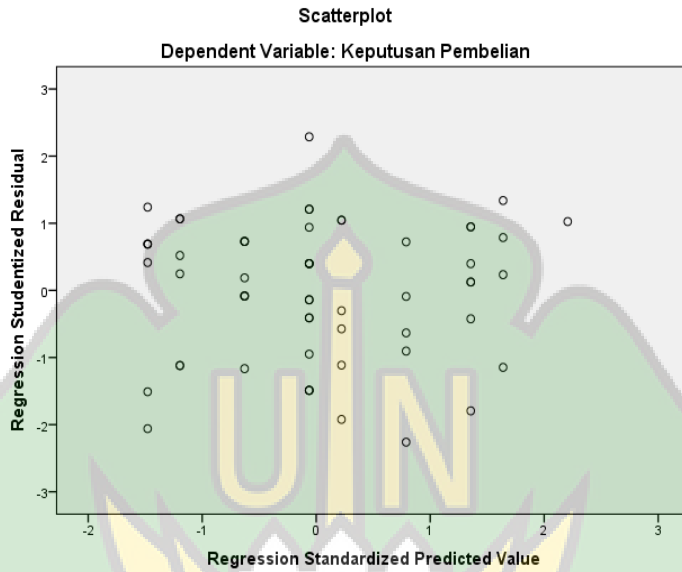
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

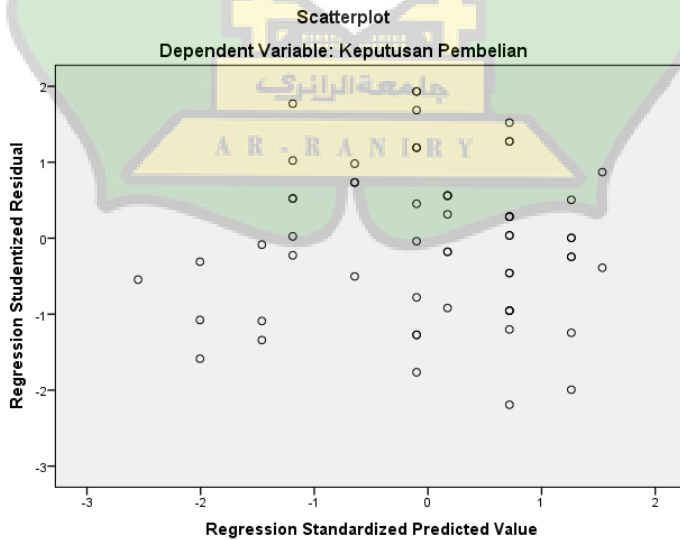


Lampiran 9 : Uji Heteroskedastisitas

1. Kecamatan Kuta Alam



2. Kecamatan Ulee Kareng



Lampiran 10 : Regresi Linier Sederhana

1. Kecamatan Kuta Alam

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,309	,584		2,239	,029
Labelisasi Halal	,606	,138	,499	4,389	,000

a. Dependent Variable: keputusan Pembelian

2. Kecamatan Ulee Kareng

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,647	,617		2,671	,010
Labelisasi Halal	,564	,145	,455	3,890	,000

a. Dependent Variable: keputusan Pembelian

Lampiran 11 : Uji Parsial (Uji T)

1. Kecamatan Kuta Alam

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,309	,584		2,239	,029
Labelisasi Halal	,606	,138	,499	4,389	,000

a. Dependent Variable: keputusan Pembelian

2. Kecamatan Ulee Kareng

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,647	,617		2,671	,010
	Labelisasi Halal	,564	,145	,455	3,890	,000

a. Dependent Variable: keputusan Pembelian

Lampiran 12 : Uji Koefisien Determinasi (R²)

1. Kecamatan Kuta Alam

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,499 ^a	,249	,236	,3738

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal

2. Kecamatan Ulee Kareng

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,455 ^a	,207	,193	,4091

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal

Lampiran 13 : Dokumentasi Penelitian



