

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Tabulasi angket seluruh responden untuk variabel (X) Labelisasi Halal

Tabel 4.1: Saya mengetahui maksud dari gambar label halal

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	60	75,9 %
2	Setuju	4	13	16,5 %
3	Kurang Setuju	3	4	5,1 %
4	Tidak Setuju	2	0	0 %
5	Sangat tidak Setuju	1	2	2,5 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 60 atau 75,9 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju tahu maksud dari gambar label halal, dan terdapat 13 atau 16,5 % responden yang mengatakan bahwa setuju mengetahui maksud dari gambar label halal, dan terdapat 4 atau 5,1 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju tahu maksud dari gambar label halal, dan 0 atau 0 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju mengetahui maksud dari gambar label halal dan terdapat 2 atau 2,5 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju tahu maksud dari gambar label halal.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat setuju mengetahui maksud dari gambar label halal.

Tabel 4.2: Saya selalu memperhatikan gambar tersebut sebelum membeli produk.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	35	44,3 %
2	Setuju	4	27	34,2 %
3	Kurang Setuju	3	12	15,2 %
4	Tidak Setuju	2	4	5,1 %
5	Sangat tidak Setuju	1	1	1,3 %

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 35 atau 44,3 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju selalu memperhatikan gambar tersebut sebelum membeli produk, dan terdapat 27 atau 34,2 % responden yang mengatakan bahwa setuju selalu memperhatikan gambar tersebut sebelum membeli produk, dan terdapat 12 atau 15,2 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju selalu memperhatikan gambar tersebut sebelum membeli produk, dan 4 atau 5,1 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju selalu memperhatikan gambar tersebut sebelum membeli produk dan terdapat 1 atau 1,3 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju selalu memperhatikan gambar tersebut sebelum membeli produk.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat setuju selalu memperhatikan gambar tersebut sebelum membeli produk,

Tabel 4.3: Saya mengetahui letak label halal pada produk mie samyang

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	11	13,9 %
2	Setuju	4	26	32,9 %
3	Kurang Setuju	3	24	30,4 %
4	Tidak Setuju	2	8	10,1 %
5	Sangat tidak Setuju	1	10	12,7 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 11 atau 13,9 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju mengetahui letak label halal pada produk mie, dan terdapat 26 atau 32,9 % responden yang mengatakan bahwa setuju mengetahui letak label halal pada produk mie samyang, dan terdapat 24 atau 30,4 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju mengetahui letak label halal pada produk mie samyang, dan 8 atau 10,1 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju mengetahui letak label halal pada produk mie samyang dan terdapat 10 atau 12,7 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju mengetahui letak label halal pada produk mie samyang.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju mengetahui letak label halal pada produk mie samyang.

Tabel 4.4: Saya mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	26	32,9 %
2	Setuju	4	34	43 %
3	Kurang Setuju	3	14	17,7 %
4	Tidak Setuju	2	0	0 %
5	Sangat tidak Setuju	1	5	0,3 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 26 atau 32,9 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI, dan terdapat 34 atau 43 % responden yang mengatakan bahwa setuju mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI, dan terdapat 14 atau 17,7 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI, dan 0 atau 0 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI dan terdapat 5 atau 0,3 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI,

Tabel 4.5: Adanya label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	52	65,8 %
2	Setuju	4	17	21,5 %
3	Kurang Setuju	3	7	8,9 %
4	Tidak Setuju	2	0	0 %
5	Sangat tidak Setuju	1	3	3,8 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 52 atau 65,8 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk, dan terdapat 17 atau 21,5 % responden yang mengatakan bahwa setuju label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk, dan terdapat 7 atau 8,9 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk, dan 0 atau 0 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk dan terdapat 3 atau 3,8 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat setuju label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk,

Tabel 4.6: Dengan adanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI, saya yakin bahwa bahan baku pembuatan mie samyang tersebut halal.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	2	2,5 %
2	Setuju	4	2	2,5 %
3	Kurang Setuju	3	7	8,9 %
4	Tidak Setuju	2	27	34,2 %
5	Sangat tidak Setuju	1	41	51,9 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 2 atau 2,5 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju adanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI, saya yakin bahwa bahan baku pembuatan mie samyang tersebut halal, dan terdapat 2 atau 2,5 % responden yang mengatakan bahwa setuju adanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI, saya yakin bahwa bahan baku pembuatan mie samyang tersebut halal, dan terdapat 7 atau 8,9 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju adanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI, saya yakin bahwa bahan baku pembuatan mie samyang tersebut halal, dan 27 atau 34,2 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju adanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI, saya yakin bahwa bahan baku pembuatan mie samyang tersebut halal dan terdapat 41 atau 51,9 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju adanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI, saya yakin bahwa bahan baku pembuatan mie samyang tersebut halal.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat tidak setuju adanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI, saya yakin bahwa bahan baku pembuatan mie samyang tersebut halal,

Tabel 4.7: Adanya label halal membantu saya mengidentifikasi produk mie Samyang sebelum membeli

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	43	54,4 %
2	Setuju	4	24	30,4 %
3	Kurang Setuju	3	11	13,9 %
4	Tidak Setuju	2	0	0 %
5	Sangat tidak Setuju	1	1	1,3 %
Jumlah			79	100,00%

. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 43 atau 54,4 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju adanya label halal membantu saya mengidentifikasi produk mie Samyang sebelum membeli dan terdapat 24 atau 30,4 % responden yang mengatakan bahwa setuju adanya label halal membantu saya mengidentifikasi produk mie Samyang sebelum membeli , dan terdapat 11 atau 13,9 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju adanya label halal membantu saya mengidentifikasi produk mie Samyang sebelum membeli , dan 0 atau 0 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju adanya label halal membantu saya mengidentifikasi produk mie Samyang sebelum membeli dan terdapat 1 atau 1,3 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju adanya label halal membantu saya mengidentifikasi produk mie Samyang sebelum membeli .

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat setuju adanya label halal membantu saya mengidentifikasi produk mie Samyang sebelum membeli.

Tabel 4.8: Tulisan “Halal” pada gambar terbaca dengan jelas

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	28	35,4 %
2	Setuju	4	34	43 %
3	Kurang Setuju	3	13	16,5 %
4	Tidak Setuju	2	4	5,1 %
5	Sangat tidak Setuju	1	0	0 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 28 atau 35,4 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju bahwa tulisan “Halal” pada gambar terbaca dengan jelas , dan terdapat 34 atau 43 % responden yang mengatakan bahwa setuju bahwa tulisan “Halal” pada gambar terbaca dengan jelas , dan terdapat 13 atau 16,5 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju bahwa tulisan “Halal” pada gambar terbaca dengan jelas , dan 4 atau 5,1 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju bahwa tulisan “Halal” pada gambar terbaca dengan jelas dan terdapat 0 atau 0 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju bahwa tulisan “Halal” pada gambar terbaca dengan jelas.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa tulisan “Halal” pada gambar terbaca dengan jelas.

Tabel 4.9: Adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	39	49,4 %
2	Setuju	4	29	38,7 %
3	Kurang Setuju	3	8	10,1 %
4	Tidak Setuju	2	2	2,5 %
5	Sangat tidak Setuju	1	1	1,3 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 39 atau 49,4 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian, dan terdapat 29 atau 38,7 % responden yang mengatakan bahwa setuju adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian, dan terdapat 8 atau 10,1 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian, dan 2 atau 2,5 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian dan terdapat 1 atau 1,3 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat setuju adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian,

Tabel 4.10: Saya mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada logo di kemasan merupakan “Label Halal” resmi dari MUI.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	31	39,2 %
2	Setuju	4	39	42,8 %
3	Kurang Setuju	3	13	16,5 %
4	Tidak Setuju	2	1	1,3 %
5	Sangat tidak Setuju	1	1	1,3 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 31 atau 39,2 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada logo di kemasan merupakan “Label Halal” resmi dari MUI , dan terdapat 39 atau 42,8 % responden yang mengatakan bahwa setuju mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada logo di kemasan merupakan “Label Halal” resmi dari MUI , dan terdapat 13 atau 16,5 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada logo di kemasan merupakan “Label Halal” resmi dari MUI , dan 1 atau 1,3 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada logo di kemasan merupakan “Label Halal” resmi dari MUI dan terdapat 1 atau 1,3 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada logo di kemasan merupakan “Label Halal” resmi dari MUI .

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju mengetahui gabungan gambar dan tulisan pada logo di kemasan merupakan “Label Halal” resmi dari MUI.

2. Tabulasi angket seluruh responden untuk variabel (Y) Keputusan Pembelian

Tabel 4.11: Saya memutuskan membeli produk mie samyang sesuai keinginan saya.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	22	27,8 %
2	Setuju	4	27	34,2 %
3	Kurang Setuju	3	19	24,1 %
4	Tidak Setuju	2	3	3,8 %
5	Sangat tidak Setuju	1	8	10,1 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 22 atau 27,8 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju memutuskan membeli produk mie samyang sesuai keinginan, dan terdapat 27 atau 34,2 % responden yang mengatakan bahwa setuju memutuskan membeli produk mie samyang sesuai keinginan, dan terdapat 19 atau 24,1 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju memutuskan membeli produk mie samyang sesuai keinginan, dan 3 atau 3,8 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju memutuskan membeli produk mie samyang sesuai keinginan dan terdapat 8 atau 10,1 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju memutuskan membeli produk mie samyang sesuai keinginan.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju memutuskan membeli produk mie samyang sesuai keinginan.

Tabel 4.12: Saya suka mencoba produk mie Samyang berdasarkan popularitasnya.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	22	27,8 %
2	Setuju	4	16	20,3 %
3	Kurang Setuju	3	31	39,2 %
4	Tidak Setuju	2	8	10,1 %
5	Sangat tidak Setuju	1	2	2,5 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 22 atau 27,8 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju suka mencoba produk mie Samyang berdasarkan popularitasnya, dan terdapat 16 atau 20,3 % responden yang mengatakan bahwa setuju suka mencoba produk mie Samyang berdasarkan popularitasnya, dan terdapat 31 atau 39,2 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju suka mencoba produk mie Samyang berdasarkan popularitasnya, dan 8 atau 10,0 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju suka mencoba produk mie Samyang berdasarkan popularitasnya dan terdapat 2 atau 2,5 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju suka mencoba produk mie Samyang berdasarkan popularitasnya.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban kurang setuju suka mencoba produk mie Samyang berdasarkan popularitasnya.

Tabel 4.13: Saya memberikan informasi mengenai produk mie samyang kepada orang lain.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	8	10,1 %
2	Setuju	4	23	29,1 %
3	Kurang Setuju	3	27	34,2 %
4	Tidak Setuju	2	14	17,7 %
5	Sangat tidak Setuju	1	7	8,9 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 8 atau 10,1 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju memberikan informasi mengenai produk mie samyang kepada orang lain, dan terdapat 23 atau 29,1 % responden yang mengatakan bahwa setuju memberikan informasi mengenai produk mie samyang kepada orang lain, dan terdapat 27 atau 34,2 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju memberikan informasi mengenai produk mie samyang kepada orang lain, dan 14 atau 17,7 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju memberikan informasi mengenai produk mie samyang kepada orang lain dan terdapat 7 atau 8,9 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju memberikan informasi mengenai produk mie samyang kepada orang lain.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban kurang setuju memberikan informasi mengenai produk mie samyang kepada orang lain.

Tabel 4.14: Saya mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan pembelian produk mie samyang.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	27	34,2 %
2	Setuju	4	25	31,6 %
3	Kurang Setuju	3	20	25,3 %
4	Tidak Setuju	2	4	5,1 %
5	Sangat tidak Setuju	1	3	3,8 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 27 atau 34,2 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan pembelian produk mie samyang, dan terdapat 25 atau 31,6 % responden yang mengatakan bahwa setuju mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan pembelian produk mie samyang, dan terdapat 20 atau 25,3 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan pembelian produk mie samyang, dan 4 atau 5,1 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan pembelian produk mie samyang dan terdapat 3 atau 3,8 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan pembelian produk mie samyang.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat setuju mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan pembelian produk mie samyang.

Tabel 4.15: Kelengkapan atribut pada kemasan seperti “Label Halal”, berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	40	50,6 %
2	Setuju	4	30	38 %
3	Kurang Setuju	3	8	10,1 %
4	Tidak Setuju	2	0	0 %
5	Sangat tidak Setuju	1	1	1,3 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 40 atau 50,6 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju kelengkapan atribut pada kemasan seperti “Label Halal”, berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk, dan terdapat 30 atau 38 % responden yang mengatakan bahwa setuju kelengkapan atribut pada kemasan seperti “Label Halal”, berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk, dan terdapat 8 atau 10,1 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju kelengkapan atribut pada kemasan seperti “Label Halal”, berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk, dan 0 atau 0 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju kelengkapan atribut pada kemasan seperti “Label Halal”, berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk dan terdapat 1 atau 1,3 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju kelengkapan atribut pada kemasan seperti “Label Halal”, berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat setuju kelengkapan atribut pada kemasan seperti “Label Halal”, berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk.

Tabel 4.16: Saya merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada orang lain.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	20	25,3 %
2	Setuju	4	31	39,2 %
3	Kurang Setuju	3	21	26,6 %
4	Tidak Setuju	2	4	5,1 %
5	Sangat tidak Setuju	1	3	3,8 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 20 atau 25,3 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju bahwa merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada orang lain, dan terdapat 31 atau 39,2 % responden yang mengatakan bahwa setuju bahwa merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada orang lain, dan terdapat 21 atau 26,6 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju bahwa merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada orang lain, dan 4 atau 5,1 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju bahwa merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada orang lain dan terdapat 3 atau 3,8 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju bahwa merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada orang lain.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju bahwa merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada orang lain.

Tabel 4.17: Saya membeli produk mie samyang secara rutin

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	3	3,8 %
2	Setuju	4	2	2,5 %
3	Kurang Setuju	3	17	21,5 %
4	Tidak Setuju	2	26	32,9 %
5	Sangat tidak Setuju	1	31	39,2 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 3 atau 3,8 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju membeli produk mie samyang secara rutin, dan terdapat 2 atau 2,5 % responden yang mengatakan bahwa setuju membeli produk mie samyang secara rutin, dan terdapat 17 atau 21,5 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju membeli produk mie samyang secara rutin, dan 26 atau 32,9 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju membeli produk mie samyang secara rutin dan terdapat 31 atau 39,2 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju membeli produk mie samyang secara rutin.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat tidak setuju membeli produk mie samyang secara rutin.

Tabel 4.18: Membeli produk mie Samyang apabila yakin bahwa produk tersebut halal.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	40	50,6 %
2	Setuju	4	34	43 %
3	Kurang Setuju	3	2	2,5 %
4	Tidak Setuju	2	1	1,3 %
5	Sangat tidak Setuju	1	2	2,5 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 40 atau 50,6% responden yang mengatakan bahwa sangat setuju membeli produk mie Samyang apabila yakin bahwa produk tersebut halal, dan terdapat 34 atau 43 % responden yang mengatakan bahwa setuju membeli produk mie Samyang apabila yakin bahwa produk tersebut halal, dan terdapat 2 atau 2,5 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju membeli produk mie Samyang apabila yakin bahwa produk tersebut halal, dan 1 atau 1,3 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju membeli produk mie Samyang apabila yakin bahwa produk tersebut halal dan terdapat 2 atau 2,5 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju membeli produk mie Samyang apabila yakin bahwa produk tersebut halal.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat setuju membeli produk mie Samyang apabila yakin bahwa produk tersebut halal.

Tabel 4.19: Melakukan pembelian ulang terhadap produk mie samyang yang saya beli.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	7	8,9 %
2	Setuju	4	18	22,8 %
3	Kurang Setuju	3	29	36,7 %
4	Tidak Setuju	2	14	17,7 %
5	Sangat tidak Setuju	1	11	13,9 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 7 atau 8,9 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju melakukan pembelian ulang terhadap produk mie samyang yang telah dibeli, dan terdapat 18 atau 22,8 % responden yang mengatakan bahwa setuju melakukan pembelian ulang terhadap produk mie samyang yang telah dibeli, dan terdapat 29 atau 36,7 % responden yang mengatakan bahwa kurang setuju melakukan pembelian ulang terhadap produk mie samyang yang telah dibeli, dan 14 atau 17,7 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju melakukan pembelian ulang terhadap produk mie samyang yang telah dibeli dan terdapat 11 atau 13,9 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju melakukan pembelian ulang terhadap produk mie samyang yang telah dibeli.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban sangat setuju melakukan pembelian ulang terhadap produk mie samyang yang telah dibeli.

Tabel 4.20: Pembelian adalah suatu transaksi setelah saya yakin terhadap produk mie Samyang.

NO	Kategori Jawaban	Score	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	5	33	41,8 %
2	Setuju	4	35	44,3 %
3	Kurang Setuju	3	10	12,7 %
4	Tidak Setuju	2	1	1,3 %
5	Sangat tidak Setuju	1	0	0 %
Jumlah			79	100,00%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 79 responden yang ada, terdapat 33 atau 41,8 % responden yang mengatakan bahwa sangat setuju pembelian adalah suatu transaksi setelah saya yakin terhadap produk mie Samyang, dan terdapat 35 atau 44,3 % responden yang mengatakan bahwa setuju pembelian adalah suatu transaksi setelah saya yakin terhadap produk mie Samyang, dan terdapat 10 atau 12,7% responden yang mengatakan bahwa kurang setuju pembelian adalah suatu transaksi setelah saya yakin terhadap produk mie Samyang, dan 1 atau 1,3 % responden yang mengatakan bahwa tidak setuju pembelian adalah suatu transaksi setelah saya yakin terhadap produk mie Samyang dan terdapat 0 atau 0 % responden yang mengatakan bahwa sangat tidak setuju pembelian adalah suatu transaksi setelah saya yakin terhadap produk mie Samyang.

Dari analisis data di atas frekuensi tertinggi berada pada kategori jawaban setuju pembelian adalah suatu transaksi setelah saya yakin terhadap produk mie Samyang.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Tabel : 4.21. Uji Validitas Data Variabel X

No Item	R_{hitung} Corrected Item – Total Correlation	r_{tabel} (n=60, $\alpha = 0,05$)	Status
1.	0,468	0,194	Valid
2.	0,679	0,194	Valid
3.	0,545	0,194	Valid
4.	0,601	0,194	Valid
5.	0,476	0,194	Valid
6.	0,391	0,194	Valid
7.	0,619	0,194	Valid
8.	0,543	0,194	Valid
9.	0,747	0,194	Valid
10.	0,657	0,194	Valid

Mengukur kevalidan sebuah instrumen angket memiliki ketentuan yaitu, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa instrumen angket tersebut valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen angket tidak valid. diketahui hasil r_{tabel} dari N 79 pada signifikansi 10% adalah 0,194 ,berdasarkan tabel diatas (variabel X) maka semua angket dinyatakan valid karena terlihat bahwa $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0,194).

Tabel : 4.22. Uji Validitas Data Variabel Y

No Item	R_{hitung} Corrected Item – Total Correlation	r_{tabel} (n=60, α = 0,05)	Status
1.	0,604	0,194	Valid
2.	0,383	0,194	Valid
3.	0,684	0,194	Valid
4.	0,633	0,194	Valid
5.	0,576	0,194	Valid
6.	0,589	0,194	Valid
7.	0,308	0,194	Valid
8.	0,393	0,194	Valid
9.	0,514	0,194	Valid
10.	0,623	0,194	Valid

Mengukur kevalidan sebuah instrumen angket memiliki ketentuan yaitu, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa instrumen angket tersebut valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen angket tidak valid. diketahui hasil r_{tabel} dari N 35 pada signifikansi 10% adalah 0,194, berdasarkan tabel diatas (fariabel X) maka semua angket dinyatakan valid karena terlihat bahwa $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0,194).

2. Uji Relibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsisten dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pernyataan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya

suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 90% (signifikansi 10%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Crombach* maka r_{hitung} akan mewakili oleh nilai *Alpha* pada tabel berikut ini :

Tabel 4.23 Tabel Tingkat Reliabilitas

Nilai r	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 - 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Adapun tingkat reliabilitas pernyataan variabel Labelisasi Halal (X)

Tabel 4.24 Hasil uji Reliabilitas Labelisasi Halal (X)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,832	10

Sumber : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dari hasil output *reliability statistcic* diatas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,832 dengan jumlah pernyataan 10 item. Nilai r_{tabel} pada kepercayaan 90% (signifikansi 10%) dengan jumlah responden $N=79$ dan $df = N-2=79-2=77$ adalah 0,1864. Dengan demikian, *nilai alpha cronbach* $0,832 > 0,1864$. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,80 – 1,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian ini sangat reliabel.

Adapun tingkat reliabilitas pernyataan variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.25 Hasil uji Reliabilitas variabel Keputusan Pembelian
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	10

Sumber : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dari hasil output *reliability statistcic* diatas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,782 dengan jumlah pernyataan 10 item. Nilai r_{tabel} pada kepercayaan 90% (signifikansi 10%) dengan jumlah responden $N=79$ dan $df = N-2=79-2=77$ adalah 0,1864. Dengan demikian, *nilai alpha cronbach* $0,782 > 0,1864$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket reliabel. Reliabilitas ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0,60 – 0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian ini sangat reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak. Teknik dalam uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov.

**Tabel 4.26 Hasil uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,64907016
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,048
	Negative	-,058
Kolmogorov-Smirnov Z		,519
Asymp. Sig. (2-tailed)		,951

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Nilai Asymp Sig (2-tailed) Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,951 > 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4. Uji *One Sample T Test*

a. Labelisasi Halal

Pengambilan keputusan sebagai berikut : jika H_0 lebih kecil atau sama dengan 75% dari skor ideal, dan H_1 lebih besar dari 75% dari skor ideal.

$$H_0 = \mu \leq 75\%$$

$$H_1 = \mu > 75\%$$

Tabel 4.27 Hasil Uji One Sample T Test Labelisasi Halal

One-Sample Test						
	Test Value = 75					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	90% Confidence Interval of the Difference	
	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper
Labelisasi_halal	-50,694	78	,000	-33,215	-34,31	-32,12

Sumber : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS Versi

Dari hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -50,694 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk) = $n-1$ = (79 – 1 = 78) dengan taraf signifikansi $\alpha=0,1$ untuk uji satu pihak (*One tail test*). Berdasarkan dk 78 dan $\alpha=0,1$ ternyata nilai t_{tabel} untuk uji satu pihak adalah 1,292. Dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} (-50,694 < 1,292) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian bahwa Labelisasi Halal “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga didalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 10 pernyataan adalah 3950. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 3301 atau 83,5% dari skor ideal 3950. Dengan demikian Labelisasi Halal berada pada kategori sangat baik.

b. Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan sebagai berikut : jika H_0 lebih kecil atau sama dengan 65% dari skor ideal, dan H_1 lebih besar dari 65% dari skor ideal.

$$H_{02} = \mu \leq 65\%$$

$$H_{a2} = \mu > 65\%$$

Tabel 4.28 Hasil Uji One Sample T Test Variabel Keputusan Pembelian

One-Sample Test						
Test Value = 65						
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	90% Confidence Interval of the Difference	
	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper
Keputusan_pembelian	-43,253	78	,000	-28,924	-30,04	-27,81

Sumber : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS Versi

Dari hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -43,253 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk) = $n-1$ = (79 – 1 = 78) dengan taraf signifikansi $\alpha=0,1$ untuk uji satu pihak (*One tail test*). Berdasarkan dk 78 dan $\alpha=0,1$ ternyata nilai t_{tabel} untuk uji satu pihak adalah 1,292. Dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($-43,253 < 1,292$) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian bahwa Keputusan Pembelian “paling tinggi 65% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga didalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 10 pernyataan adalah 3950. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 2850 atau 72,1% dari skor ideal 3950. Dengan demikian Keputusan Pembelian berada pada kategori baik.

5. Uji *Pearson Product Moment*

Pengambilan keputusan dalam analisis korelasi yakni dengan melihat nilai signifikansi. Berdasarkan nilai signifikansi, jika signifikansi $< 0,1$ maka terdapat hubungan atau korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,1$ tidak terjadi korelasi.

Tabel 4.29 Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment*
Correlations

		Labelisasi_halal	Keputusan_pembelian
Labelisasi_halal	Pearson Correlation	1	,622(**)
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	79	79
Keputusan_pembelian	Pearson Correlation	,622(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	79	79

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

Sumber : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Berdasarkan nilai signifikan (*sig*) dari tabel korelasi dapat diketahui antara Labelisasi Halal (X) dengan Keputusan Pembelian (Y) nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara X dan Y, maka H_0 diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa korelasi X terhadap Y yaitu 0,622 yang artinya tingkat korelasinya cukup berkorelasi.

6. Uji Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana, bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	9,607	3,838		2,503	,014
	Labelisasi_halal	,634	,091	,622	6,966	,000

a Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber : Hasil Olah Data Angket Melalui SPSS

Dari output diatas, diketahui bahwa nilai Constant (a) sebesar 9,607, sedangkan nilai Labelisasi Halal (b/koeffisien regresi) sebesar 0,634, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 9,607 + 0,634X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

1. Koefisien sebesar 9,607, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 9,607.
2. Koefisien regresi X sebesar 0,634 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Labelisasi Halal, maka nilai Keputusan Pembelian bertambah sebesar 0,634. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.
3. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Labelisasi Halal (X) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) .
4. Berdasarkan nilai t: diketahui nilai t_{hitung} sebesar $6,966 > 1,664$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Labelisasi Halal (X) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
7. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis membahas mengenai kebenaran hipotesis berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Maka penulis menggunakan teknik statistik untuk mengetahui hubungan bimbingan keagamaan bagi narapidana (X) dan dengan kesadaran beragama (Y), dengan menggunakan rumus *Korelasi product moment*. Sebagai berikut :

Tabel 4.31: Variabel X dan Variabel Y

NO	X	Y	X	Y	XY
1	37	36	1369	1296	1332
2	45	44	2025	1936	1980
3	44	45	1936	2025	1980
4	39	32	1521	1024	1248
5	43	44	1849	1936	1892
6	41	30	1681	900	1230
7	38	35	1444	1225	1330
8	45	27	2025	729	1215
9	40	33	1600	1089	1320
10	33	26	1089	676	858
11	42	35	1764	1225	1470
12	42	35	1764	1225	1470
13	31	29	961	841	899
14	37	30	1369	900	1110
15	30	27	900	729	810
16	40	33	1600	1089	1320
17	31	29	961	841	899
18	50	46	2500	2116	2300

19	49	38	2401	1444	1862
20	44	36	1936	1296	1584
21	43	44	1849	1936	1892
22	46	43	2116	1849	1978
23	43	37	1849	1369	1591
24	46	40	2116	1600	1840
25	44	41	1936	1681	1804
26	35	34	1225	1156	1190
27	39	30	1521	900	1170
28	41	28	1681	784	1148
29	41	28	1681	784	1148
30	47	47	2209	2209	2209
31	43	31	1849	961	1333
32	50	45	2500	2025	2250
33	48	42	2304	1764	2016
34	42	42	1764	1764	1764
35	39	42	1521	1764	1638
36	49	39	2401	1521	1911
37	39	30	1521	900	1170
38	49	45	2401	2025	2205

39	33	40	1089	1600	1320
40	49	41	2401	1681	2009
41	42	36	1764	1296	1512
42	42	42	1764	1764	1764
43	44	36	1936	1296	1584
44	38	34	1444	1156	1292
45	42	44	1764	1936	1848
46	45	40	2025	1600	1800
47	50	46	2500	2116	2300
48	45	30	2025	900	1350
49	42	27	1764	729	1134
50	36	30	1296	900	1080
51	49	42	2401	1764	2058
52	44	41	1936	1681	1804
53	46	34	2116	1156	1564
54	41	38	1681	1444	1558
55	39	36	1521	1296	1404
56	48	36	2304	1296	1728
57	41	26	1681	676	1066
58	13	20	169	400	260

59	50	45	2500	2025	2250
60	45	32	2025	1024	1440
61	38	37	1444	1369	1406
62	46	42	2116	1764	1932
63	45	31	2025	961	1395
64	48	39	2304	1521	1872
65	36	40	1296	1600	1440
66	44	37	1936	1369	1628
67	40	37	1600	1369	1480
68	47	34	2209	1156	1598
69	40	37	1600	1369	1480
70	39	38	1521	1444	1482
71	43	32	1849	1024	1376
72	41	36	1681	1296	1476
73	41	38	1681	1444	1558
74	43	35	1849	1225	1505
75	46	34	2116	1156	1564
76	31	25	961	625	775
77	38	33	1444	1089	1254
78	42	35	1764	1225	1470

79	44	36	1936	1296	1584
Jumlah	3301	2850	10896601	8122500	9407850

Keterangan

$$\sum x = 3301$$

$$\sum y = 2850$$

$$\sum x^2 = 10896601$$

$$\sum y^2 = 8122500$$

$$\sum xy = 9407850$$

Selanjutnya dimasukkan dalam rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{9407850}{\sqrt{(10896601)(8122500)}}$$

$$r_{xy} = \frac{9407850}{\sqrt{88507641622500}}$$

$$r_{xy} = \frac{9407850}{9407850}$$

$$r_{xy} = 1$$

Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , ($r_h \geq r_t$) maka H1 diterima dan H0 ditolak. Begitu pula sebaliknya, apa bila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , ($r_h < r_t$) maka H0 diterima dan H1 ditolak. Berdasarkan dari hasil perhitungan di atas, maka diperoleh $r_{hitung} = 1$ dan $r_{tabel} = 0,2613$. Sehingga dapat diketahui bahwa $1 > 0,2613$ ($r_{hitung} > r_{tabel}$) pada taraf signifikan 10%, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 di tolak artinya terdapat korelasi antara variabel X dan variabel Y, sehingga dapat

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh labelisasi halal pada kemasan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.

Untuk mengetahui besarnya Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian maka dapat dilakukan dengan mengkuadratkan nilai koefisien korelasi, dalam hal ini nilai koefisien korelasi yang di hasilkan adalah 1 kemudian di kuadratkan maka di peroleh hasil 1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal dengan keputusan pembelian sebesar 100%.

Tabel: 4.32 : Pedoman untuk menginterpretasi koefisien korelasi

Interfal Koefisien	Tingkat Hubungan / Pengaruh
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat ¹

Tabel tersebut menjelaskan mengenai koefisien korelasi yaitu nilai yang menunjukkan kekuatan hubungan linear dari dua variabel. Secara umum koefisien korelasi berada di interval -1 sampai 1, dalam artian bahwa angka positif dan negatif menentukan arah dari kekuatan simpulan hipotesis. Nilai yang mendekati angka 0 dijabarkan sebagai simpulan untuk menyatakan tidak adanya hubungan, nilai yang mendekati angka 1 menjelaskan adanya hubungan positif antara variabel yang ada, dan nilai yang mengarah mendekati angka -1 menjelaskan adanya hubungan negatif antara variabel-variabel yang dikaitkan. Tingkatan episien dijabarkan dengan 5 level hubungan yaitu hubungan yang sangat rendah di angka 0,00-0,199, kemudian

¹ Sugiyono, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. H 257.

hubungan yang rendah di angka 0,20-0,399 selanjutnya hubungan yang sedang di angka 0,40-0,599, kemudian hubungan yang kuat di angka 0,60-0,799 dan hubungan yang sangat kuat di angka 0,80-1,00.

Berdasarkan tabel di atas, maka koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 1 termasuk pada kategori yang sangat kuat. Jadi, peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh labelisasi halal pada kemasan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare sangat kuat.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengetahuan mahasiswa mengenai labelisasi halal pada produk mie samyang di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Dari hasil uji *one sample t test*, diperoleh nilai t hitung sebesar -50,694 dan diperoleh nilai t tabel sebesar 1,671. Nilai t hitung $(-50,694) < t$ tabel (1,292). Dengan demikian bahwa Labelisasi Halal “paling tinggi 75% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga dipopulasi dengan yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 10 pernyataan adalah 3950. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh atau 83,2% dari skor ideal 3301. Jika dilihat dari tabel skor klasifikasi dapat disimpulkan bahwa Labelisasi Halal dengan skor 83,2% berada pada kategori sangat baik. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengetahuan konsumen mengenai Labelisasi Halal sangat baik.

2. Tingkat pembelian produk mie samyang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Dari hasil uji *one sample t test*, diperoleh nilai t hitung sebesar $-50,694$ dan diperoleh nilai t tabel sebesar $1,671$. Nilai t hitung $(-43,253) < t$ tabel $(1,292)$. Dengan demikian bahwa Keputusan Pembelian “paling tinggi 65% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga dipopulasi dengan yang terkumpul dari sampel.

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 10 pernyataan adalah 3950. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh atau 72,1% dari skor ideal 2850. Jika dilihat dari tabel skor klasifikasi dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian dengan skor 72,1% berada pada kategori baik. Hal tersebut menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian baik.

3. Hubungan antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan labelisasi halal yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare. Labelisasi halal menjadi salah satu yang diperhatikan oleh mahasiswa sebelum melakukan pembelian.

Tabel 4.29 *Correlation* memberikan informasi mengenai hubungan antara labelisasi halal (X) dan keputusan pembelian (Y). Nilai korelasi labelisasi halal (X) dengan keputusan pembelian (Y) sebesar $0,622$ dengan nilai p value (signifikan) sebesar $0,000$. Dengan demikian, variabel labelisasi halal (X) tersebut memiliki nilai hubung yang cukup dan signifikan (p value $< 0,1$) terhadap keputusan pembelian (Y). Pada tabel kekuatan hubungan dengan nilai $0,60 - 0,799$ menandakan bahwa kekuatan hubungan kuat. Nilai tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang dilakukan peneliti

antara variabel labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sebesar 0,622 yang berarti kuat.

4. Pengaruh labelisasi halal pada produk mie semyang terhadap keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare

Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis terhadap variabel Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis menunjukkan labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R yang memiliki nilai positif dan signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,1. Maka dapat disimpulkan **H₀ diterima** dan **H₁ ditolak**.

