

**THESIS**

**PENGARUH LABEL SERTIFIKAT HALAL DAN TINGKAT  
PEMAHAMAN AGAMA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI  
PRODUK PANGAN MIE INSTAN DI KECAMATAN SOREANG  
KOTA PAREPARE**



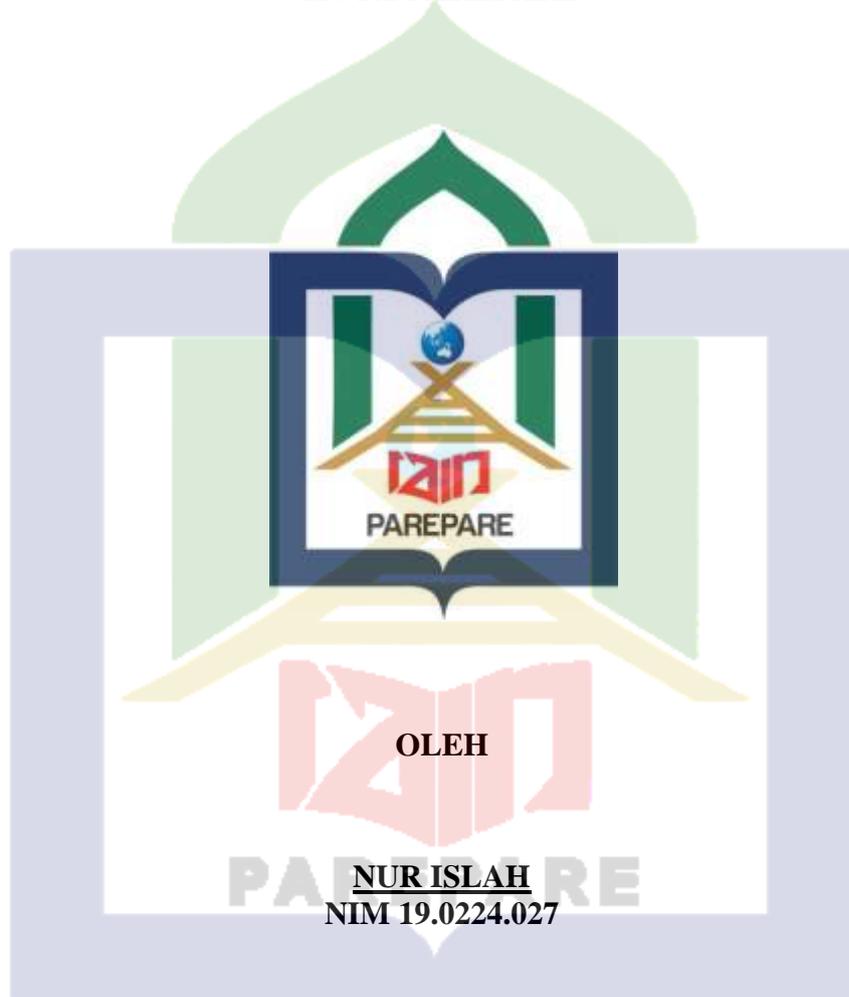
**OLEH**

**NUR ISLAH**  
**NIM 19.0224.027**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
PROGRAM PASCA SARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
IAIN PAREPARE  
2022**

**THESIS**

**PENGARUH LABEL SERTIFIKAT HALAL DAN TINGKAT  
PEMAHAMAN AGAMA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI  
PRODUK PANGAN MIE INSTAN DI KECAMATAN SOREANG  
KOTA PAREPARE**



Tesis sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Magister Ekonomi  
(M.E.) dalam Program Studi Ekonomi Syariah pada Pascasarjana  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
PROGRAM PASCA SARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
IAIN PAREPARE  
2022**

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Tesis dengan judul “*Pengaruh Label Sertifikat Halal dan Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Keputusan Membeli Produk Pangan Mie Instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare*”, yang disusun oleh Saudari Nur Islah, NIM: 19.0224.027, telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Ujian Tutup/Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari **Kamis, 27 Januari 2022 Masehi**, bertepatan dengan tanggal **24 Jumadil Akhir 1443 Hijriah**, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam program studi Ekonomi Syariah pada Pascasarjana IAIN Parepare.

### KETUA/PEMBIMBING UTAMA/PENGUJI:

1. Dr. Hj. Muliati, M.Ag

()

### SEKRETARIS/PEMBIMBING PENDAMPING/PENGUJI:

1. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

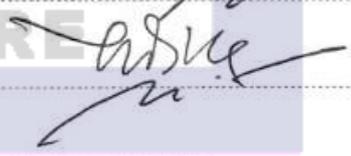
()

### PENGUJI UTAMA:

1. Dr. H. Suarning, M.Ag

()

2. Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I

()

Parepare, 31 Januari 2022

Diketahui Oleh  
Direktur Pascasarjana  
IAIN Parepare

Dr. H. Mahsyar, M.Ag  
Nip : 19621231 199103 1 032

## KATA PENGANTAR

سَمِ اللهُ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمِ

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah swt, atas nikmat hidayat dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat tersusun Tesis ini sebagaimana yang ada di hadapan pembaca. Salam dan shalawat atas Rasulullah saw., sebagai suri tauladan sejati bagi umat manusia dalam melakoni hidup yang lebih sempurna, dan menjadi reference spritualitas dalam mengemban misi khalifah di alam persada.

Penulis mempersembahkan tulisan ini kepada kedua orang tua tercinta Almarhumah Suharti Abu Haseng dan Almarhum Muh. Khaerul Qadar, yang dengan penuh kasih sayang telah membesarkan, mendidik dan mencukupi keperluan penulis baik materiil maupun moril. Penulis mengucapkan terima kasih kepada suami tercinta Muhammad Idris, anak-anak dan keluarga besar yang telah mendukung penulis dalam segala hal, termasuk saat menempuh pendidikan di STAIN Parepare.

Penulis menyadari dengan segala keterbatasan dan akses penulis, naskah tesis ini dapat terselesaikan pada waktunya, dengan bantuan secara ikhlas dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, refleksi syukur dan terima kasih yang mendalam, patut disampaikan kepada:

1. Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor IAIN Parepare, Dr. Sitti Jamilah Amin, M. Ag., Dr. H. Sudirman L, MH., dan Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag., masing-masing sebagai wakil rektor dalam lingkup IAIN

Parepare, yang telah memberi kesempatan menempuh studi program Magister pada Pasca Sarjana IAIN Parepare,

2. Dr. H. Mahsyar, M. Ag selaku Direktur PPs IAIN Parepare, yang telah memberikan layanan akademik kepada penulis dalam proses dan penyelesaian studi.
3. Dr. Hj. Muliati, M.Ag dan Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag, masing-masing sebaga Pembimbing I dan II, dengan tulus membimbing, mencerahkan, dan mengarahkan penulis dalam melakukan proses penelitian hingga dapat rampung dalam bentuk naskah Tesis ini.
4. Pimpinan dan Pustakawan IAIN Parepare yang telah memberikan layanan prima kepada penulis dalam pencarian referensi dan bahan bacaan yang dibutuhkan dalam penelitian Tesis ini.
5. Kepada seluruh teman-teman angkatan 2019 jurusan Ekonomi Syariah yang memberikan dukungan dengan segenap doa dan bantuannya dalam proses penyelesaian studi ini.

Parepare, 31 Januari 2022 M  
28 Jumadil Akhir 1443 H

Penulis

Nur Islah

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nur Islah

NIM : 19.0224.027

Tempat/Tgl lahir : Watansoppeng/10 Desember 1980

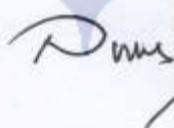
Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Tesis : Pengaruh Label Sertifikat Halal dan Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Keputusan Membeli Produk Pangan Mie Instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa tesis ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudianhari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka tesis dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 31 Januari 2022

Penyusun,


Nur Islah

NIM. 19.0224.027

**ABSTRAK**

Nama : Nur Islah  
 NIM : 19.0224.027  
 Judul Tesis : Pengaruh Label Sertifikat Halal dan Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Keputusan Membeli Produk Pangan Mie Instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare

---

Beberapa produk pangan impor, khususnya mie instan yang belum memiliki label sertifikat halal dari Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI), masih tersedia dan terpajang di minimarket-minimarket, hal ini mengindikasikan bahwa produk pangan tersebut masih laku di pasaran. Minimnya filterisasi terhadap produk pangan impor yang masuk di Indonesia, dan rendahnya pemahaman agama menjadi problematika dalam perilaku konsumsi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama terhadap keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana dilakukan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim yang berdomisili di Kecamatan Soreang Kota Parepare. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian dengan menggunakan uji korelasi Pearson Product moment menunjukkan nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel  $0.779 > 0.195$ , ini dapat diartikan bahwa ada hubungan antara variabel halal dan variabel keputusan pembelian. Hasil penelitian uji  $t$  juga menunjukkan variabel pemahaman agama secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk, dapat dilihat dari nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel  $0.695 > 0.195$ . Nilai  $R$  sebesar  $0.699$  atau  $69\%$  menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu label halal dan pemahaman agama secara simultan atau bersama-sama memiliki kontribusi sebesar  $69.9\%$  terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil uji  $F$  menunjukkan bahwa nilai signifikasinya  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai  $sig \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa label sertifikat halal dan pemahaman agama secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pangan mie instan.

**Kata kunci:** *Halal, Label Sertifikat Halal, Pemahaman Agama, Keputusan Membeli*

### ABSTRACT

Name : Nur Islah  
 NIM : 19.0224.027  
 Title : The Influence of Halal Certificate Labels and Level of Religious Understanding on in Purchasing Decisions of Instant Noodle Food in Soreang District, Parepare City

Several imported food products, especially instant noodles without halal certificate label from the Food and Drug Monitoring and Circulation Institute - Indonesian Ulema Council (LPPOM-MUI), are still available and displayed in minimarkets, this indicates that the food products are still selling well on the market. The lack of filtering of imported food products entering Indonesia, and the low understanding of religion are problematic in people's consumption behavior. This study aims to determine how the influence of the halal certificate label and the level of religious understanding on purchasing decisions for instant noodle food products in Soreang District, Parepare City.

This study used a quantitative approach, where survey research was conducted using a questionnaire as the instrument. The population used in this study was Muslim community domiciled in Soreang District, Parepare City. The sample was 100 respondents. The analysis technique used was multiple regression analysis.

The results of the study by using the Pearson Product moment correlation test showed that the calculated  $r$  value was greater than  $r$  table  $0.779 > 0.195$ , this showed that there was a relationship between the halal variable and the purchasing decision variable. The results of the study also showed that the variable of religious understanding partially influenced product purchasing decisions. It could be seen from the calculated  $r$  value greater than  $r$  table  $0.695 > 0.195$ . The  $R$  value of  $0.699$  or  $69\%$  indicated that all independent variables, halal labels and religious understanding in general, simultaneously or together had a contribution of  $69.9\%$  to the purchasing decision variable. The results of the  $F$  test showed that the significance value was  $0.000 < 0.05$ . Dueto the value of sig then  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted. Thus, it can be concluded that the halal certificate label and religious understanding took effect the purchasing decisions of instant noodle food products.

**Keywords:** *Halal, Halal Certificate Label, Religious Understanding, Purchasing Decision*

Has been lagalized by  
 The Head of Language Center



Amzah Selle

الإسم : نور إيصالا  
رقم التسجيل : ٢٠٠.٤٢٢٠.٩١  
موضوع الرسالة : تأثير ملصقات شهادات الحلال ومستوى التفاهم الديني على قرارات شراء منتجات المعكرونة الفورية في مقاطعة سوريانج مدينة فرى بارى

لا تزال العديد من المنتجات الغذائية المستوردة، وخاصة المعكرونة سريعة التحضير التي لا تحمل حتى الآن بطاقة شهادة حلال من مجلس العلماء الإندونيسي (LPPOM-MUI) متوفرة ومعروضة في الأسواق الصغيرة، يشير هذا إلى أن المنتج الغذائي لا يزال يباع بشكل جيد في السوق. إن الافتقار إلى تصفية المنتجات الغذائية المستوردة التي تدخل إندونيسيا، وتدني فهم الدين يمثلان مشكلة في السلوك الاستهلاكي للناس. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى تأثير ملصق شهادة الحلال ومستوى الفهم الديني على قرارات الشراء لمنتجات المعكرونة الفورية في مقاطعة سوريانج مدينة فرى بارى.

تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي، حيث تم إجراء بحث مسحي باستخدام استبيان كأداة السكان المستخدمة في هذه الدراسة هم مجتمع مسلم يقيم في مقاطعة سوريانج مدينة فرى بارى العينة المستخدمة هي ٠٠١ مستجيب. تقنيات التحليل المستخدمة هي تحليل الانحدار المتعدد.

أظهرت نتائج الدراسة باستخدام اختبار الارتباط اللحظي لمنتج بيرسون أن قيمة عدد أكبر من جدول  $t_{977,0} < 591,0$  يمكن تفسير ذلك بأن هناك علاقة بين متغير الحلال ومتغير قرار الشراء. تظهر نتائج بحث اختبار  $t$  أيضًا أن متغير الفهم الديني يؤثر جزئيًا على قرارات شراء المنتج ويمكن رؤيته من قيمة  $t$  المحسوبة أكبر من جدول  $t$

PAREPARE

٥٩٦,٠ < ٥٩١,٠. تشير قيمة  $t$  البالغة ١٩٩٦,٠ أو ٩٦% إلى أن جميع المتغيرات المستقلة، أي علامة الحلال والفهم الديني في نفس الوقت أو معًا لها مساهمة بنسبة ٩,٩٦% في متغير قرار الشراء. تظهر نتائج اختبار  $f$  أن قيمة الأهمية هي ٠,٠٠ > ٠,٠٥. لأن قيمة  $t$  مرفوضة ويتم قبول  $H_0$ . وبالتالي، يمكن استنتاج أن ملصق شهادة الحلال والفهم الديني يؤثران بشكل مشترك على قرارات شراء منتجات المعكرونة الغذائية سريعة التحضير

الكلمات الرئيسية : الحلال، بطاقات الحلال، التفاهم الديني، قرارات الشراء..



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	K h	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
هـ	Ha	H	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	Ya	Y	ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	a	a
اِ	<i>Kasrah</i>	i	i
اُ	<i>Dammah</i>	u	u

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf,

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ اِ اُ   اَ اِ اُ ...	<i>Fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
ي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
و	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

#### 4. *Tā' marbū'ah*

Transliterasi untuk *tā' marbū'ah* ada dua, yaitu: *tā' marbū'ah* yang hidup atau mendapat harakat *fathāh*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbū'ah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbū'ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbū'ah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### 5. *Syaddah (Tasydīd)*

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ˆ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ʾ ( *alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

#### 7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

#### 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat

yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata *Muzakki* (dari Muzakki), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh

### 9. *Lafī al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

### B. DAFTAR SINGKATAN

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah sebagai berikut :

- swt. : *subhānahū wa ta ‘ālā*  
 saw. : *ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam*  
 QS .../...: 4 : QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4

HR : Hadis Riwayat

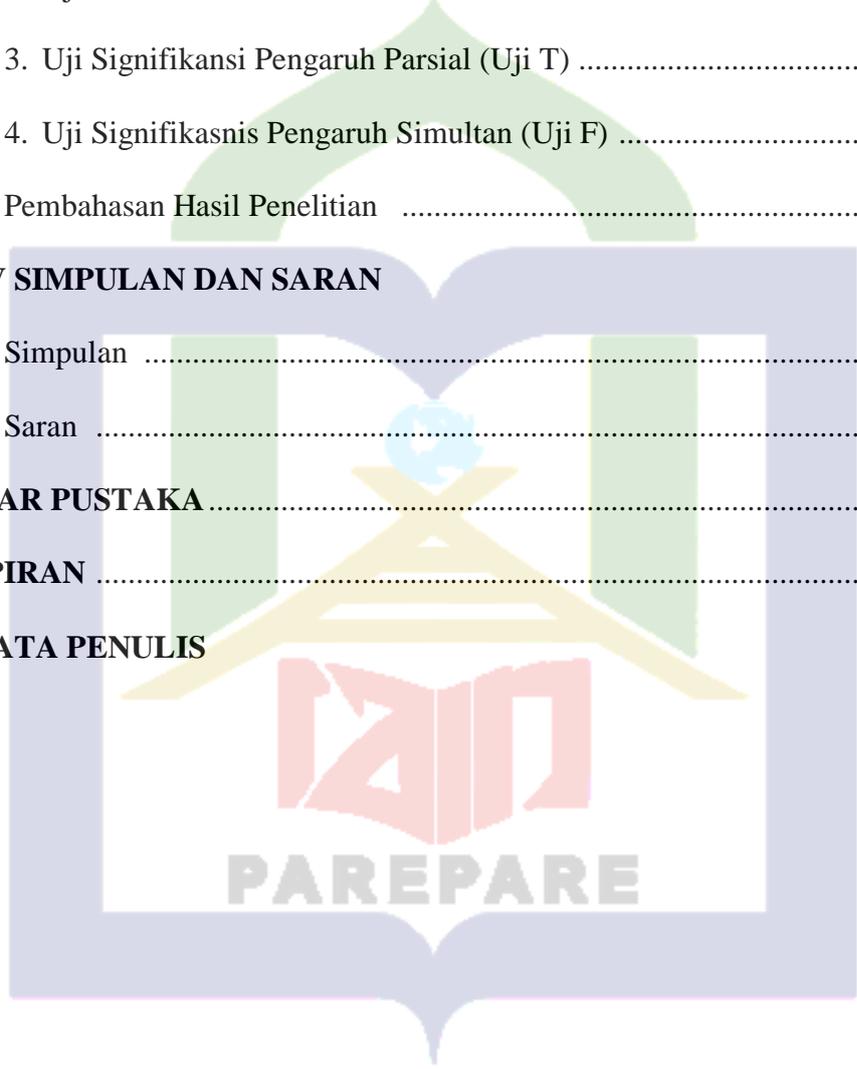


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	v
ABSTRAK .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB – LATIN SINGKATAN ..	x
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Definisi Operasional Variabel dan Ruang Lingkup Penelitian .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Kegunaan Penelitian .....	13
 <b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Penelitian yang Relevan .....	14
B. Analisis Teori Variabel .....	18
1. Label Sertifikat Halal.....	18
2. Pemahaman Agama .....	25
3. Keputusan .....	30
4. Produk.....	37

5. Pangan .....	40
C. Kerangka Fikir .....	44
D. Hipotesis.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Desain Penelitian .....	47
B. Paradigma Penelitian.....	48
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	49
D. Populasi dan Sampel .....	49
E. Sumber Data.....	51
F. Teknik dan Instrumen pengumpulan data .....	52
G. Instrumen Penelitian.....	54
H. Uji asumsi klasik.....	55
I. Teknik analisa data.....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Analisis Deskriptif .....	62
1. Karakteristik Responden.....	62
2. Deskripsi Variabel .....	64
B. Uji Hipotesis Deskriptif .....	73
C. Uji Asumsi Klasik .....	87
1. Uji Validitas .....	87
2. Uji Reabilitas .....	89
3. Uji Normalitas .....	90
4. Uji Heterokedastisitas .....	92

5. Uji Multikolinearitas .....	93
D. Uji Hipotesis Asosiatif .....	94
1. Uji Hipotesis Determinan .....	94
2. Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	95
3. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T) .....	96
4. Uji Signifikasnis Pengaruh Simultan (Uji F) .....	97
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	98
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	104
B. Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	108
<b>LAMPIRAN</b> .....	111
<b>BIODATA PENULIS</b>	



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kisi-kisi Instrumen .....	112
Lampiran 2	Instrumen Penelitian .....	113
Lampiran 3	Uji Validitas .....	119
Lampiran 4	Uji Reliabilitas .....	122
Lampiran 5	Uji Normalitas .....	123
Lampiran 6	Uji Heterokedastisitas .....	125
Lampiran 7	Uji Pearson Product Moment .....	126
Lampiran 8	Uji Multikolinearitas .....	127
Lampiran 9	Uji Pengaruh Simultan F .....	128
Lampiran 10	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	129
Lampiran 11	Uji Pengaruh (Uji T) .....	130
Lampiran 12	Tabel Rekapitulasi Nilai Angket 30 Responden (uji Validitas dan uji Reabilitas) .....	131
Lampiran 13	Tabel Rekapitulasi Nilai Angket 100 Responden .....	133
Lampiran 14	Pearson Correlation Tabel .....	138
Lampiran 15	Nilai F Table (Uji F) .....	139
Lampiran 16	Nilai T Tabel (uji T) .....	140
Lampiran 17	Surat Izin Melaksanakan Penelitian .....	141
Lampiran 18	Surat Dokumentasi Penelitian .....	142
Lampiran 19	Dokumentasi Penelitian .....	143

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk pembuat keputusan (*decision-making man*), pengambil keputusan, dan penentu atas pilihan dari sejumlah pilihan. Pengambilan keputusan terjadi setiap saat sepanjang hidup manusia. Kehidupan manusia adalah kehidupan yang selalu diisi oleh peristiwa pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan adalah *causa* bagi *respond* tindakan, bagi *effect* konsekuensi. Namun, kebanyakan dari manusia tidak pernah tahu akan konsekuensi dari suatu keputusan yang diambil. Ketidaktahuan akan bagaimana seharusnya sebuah keputusan diambil dapat menghantarkannya pada dua konsekuensi, yakni baik atau buruk. Pengambilan keputusan disebut sebagai seni karena kegiatan tersebut selalu dihadapkan pada sejumlah peristiwa yang memiliki karakteristik tersendiri.<sup>1</sup>

Pengambilan suatu keputusan sangat bergantung pada cara pandang seseorang terhadap sesuatu yang menuntut penentuan keputusan. Bilamana terdapat suatu masalah yang menuntut tindakan pengambilan keputusan, maka keputusan yang diambil tentu berdasarkan pada masalah tersebut sehingga keputusan yang paling tepat adalah bagaimana menyelesaikan masalah tersebut.

---

<sup>1</sup>Rizky Darmawan, *Pengambilan Keputusan : Landasan Filosofis, Konsep Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 2.

Pengambilan keputusan yang merupakan seni selalu terikat pada tujuan yang hendak dicapai, jenis masalah yang dihadapi, serta faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi. Setiap keputusan yang muncul atas pandangan pengambilan keputusan sebagai sebuah seni akan memiliki "cita rasa dan nuansa" yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut dapat muncul semenjak pembuat keputusan memiliki perbedaan dalam beragam hal, seperti: perbedaan kecerdasan, kerangka berpikir, tingkat preferensi atas masalah, serta persepsi. Selain itu, pengambilan keputusan sebagai seni juga dipengaruhi oleh perbedaan beragam faktor lingkungan internal organisasi, seperti: budaya dan struktur organisasi, gaya kepemimpinan atasan dan sistem komunikasi dalam organisasi. Perbedaan-perbedaan tersebut selalu mempengaruhi keputusan yang diambil. Oleh karenanya, pengambilan keputusan sebagai sebuah seni tidak dapat "dipelajari" oleh terdapatnya sejumlah perbedaan yang unik, yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Untuk meraih tahapan seni pengambilan keputusan, ilmu tentang pengambilan keputusan jelas tidak bisa ditinggalkan.<sup>2</sup>

Perilaku konsumen merupakan studi tentang proses pengambilan keputusan pada individu, kelompok, atau organisasi untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk (barang, jasa, dan ide). Proses pengambilan keputusan menjelaskan interaksi dinamis antara unsur-unsur (elemen) kognitif, efektif, dan konatif atau psikomotorik, yaitu dengan pendekatan satu arah (linear)

---

<sup>2</sup>Rizky Darmawan, *Pengambilan Keputusan : Landasan Filosofis, Konsep Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 3.

ataupun penetapan timbal-balik (*reciprocal deterministic*).<sup>3</sup> Dalam agama Islam, keputusan yang diambil oleh seorang Muslim dalam konsumtif didasarkan pada ketentuan bahwa barang tersebut terjamin dari unsur halal lagi *thayyib* (baik), sebagaimana dalam Q.S Al-Baqarah/2 : 168 berikut ini :

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

Terjemahnya:

Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.<sup>4</sup>

Ayat di atas memberikan penegasan bahwa seorang Muslim harus memilih makanan yang halal dan baik dan menghindari makanan yang haram yang dapat diperoleh di muka bumi ini. Dalam hal ini, halal merupakan sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam surah al Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Terjemahnya:

Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.<sup>5</sup>

Dalam pengertian lain, makanan dan minuman yang halal adalah makanan yang boleh dikonsumsi sampai ada dalil yang menyatakannya haram,

<sup>3</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 7.

<sup>4</sup>Kementerian Agama Republik Indonesia, *Qur'an Kemenag in Microsoft Word, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an*, 2019.

<sup>5</sup>Kementerian Agama Republik Indonesia, *Qur'an Kemenag in Microsoft Word, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an*, 2019.

sebagaimana tercantum dalam hadits yang diriwayatkan oleh At-Tirmizi, bahwasanya Rasulullah bersabda yang artinya:

*'Dari Salman, ia berkata Rasulullah Saw ditanya tentang hukum mentega, keju dan bulu binatang. Beliau menjawab: "Halal adalah sesuatu yang dihalalkan oleh Allah SWT di dalam Kitab-Nya, haram adalah sesuatu yang diharamkan Allah di dalam Kitab-Nya, dan sesuatu yang Allah diamkan (tidak ditetapkan hukumnya) termasuk yang diampuni.'<sup>6</sup>*

Adapun makanan yang haram untuk dikonsumsi seorang Muslim lebih lanjut dijelaskan dalam QS. Al Baqarah/2 : 173 sebagai berikut :

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Terjemahnya :

Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.<sup>7</sup>

Ayat di atas menegaskan adanya larangan bagi seorang Muslim untuk mengkonsumsi bangkai, darah, daging babi, dan daging hewan yang disembelih tanpa menyebut nama Allah swt. Akan tetapi, bagi seorang Muslim yang terpaksa harus memakan makanan yang diharamkan tersebut dengan alasan tidak adanya makanan yang lain, selagi dalam takaran konsumsi yang wajar atau tidak berlebihan, maka hal tersebut dibolehkan.

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Pola konsumtif yang

<sup>6</sup>at-Tirmizi, *Sunan at-Tirmizi*, III, h. 280, no. hadis. 1648.

<sup>7</sup>Kementerian Agama Republik Indonesia, *Qur'an Kemenag in Microsoft Word, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an*, 2019.

dimaksud adalah pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan, cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata.<sup>8</sup> Akan tetapi hal ini, bagi seorang konsumen yang memiliki pemahaman terhadap agama yang baik, maka tentu akan menghindari pola konsumtif yang demikian. Agama Islam mengajarkan bagi setiap Muslim untuk berupaya memutuskan yang terbaik dalam memilih kebutuhan pokok, khusus memilih bahan pangan untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari, tidak hanya menghindari bahan pangan yang diharamkan saja, akan tetapi juga harus mempertimbangkan keamanan dari bahan pangan tersebut.

Persyaratan keamanan pangan yang akan dikonsumsi merupakan salah satu hal yang penting untuk dipenuhi. Apa artinya pangan bergizi tinggi, berpenampilan menarik dan lezat namun tidak aman dikonsumsi. Pengetahuan tentang resiko penggunaan bahan tambahan pangan maupun bahan tambahan non-pangan pada pengolahan pangan serta adanya cemaran logam berat dan residu pestisida di dalam pangan perlu diberikan pada konsumen maupun produsen bahan pangan. Penggunaan bahan pangan yang keliru maupun berlebihan mengakibatkan keamanan panganan tidak terjamin.<sup>9</sup> Dengan tidak terjaminnya keamanan bahan pangan, maka akan menimbulkan masalah pada penggunaannya, baik terhadap produsen maupun terhadap konsumen.

Bahan pangan merupakan bahan makanan pokok bagi manusia, maka dari itu sangat diperlukan labelisasi halal oleh lembaga yang otoritatif. Sertifikat

---

<sup>8</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 31

<sup>9</sup>Sri Anggrahini, *Keamanan Pangan* (Yogyakarta: PT. Kanisius, 2015), h. 4

produk halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia sejak tahun 1991 melalui Lembaga Pengawas Obat dan Makanan (LPOM) bekerjasama dengan MUI, lalu LPOM yang kemudian melanjutkan untuk mengeluarkan ijin. Sejak saat itu, MUI pun membentuk Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, Makanan (LPPOM) yang memiliki standar tersendiri untuk penanganan sertifikat halal tersebut. Sertifikat halal awalnya sukarela, label halal pun tidak wajib dicantumkan. Seiring berjalannya waktu, sertifikat halal ini sifatnya berubah menjadi wajib karena seringnya produk olahan makanan bercampur dengan barang-barang yang terindikasi kandungannya haram dan diragukan kehalalannya. Dalam perjalanannya, soal label halal ini mengalami beberapa kontroversi, dalam beberapa kasus awal tahun 2000-an, kasus kandungan yang terdapat dalam penyedap rasa Ajinomoto sempat menghebohkan masyarakat Indonesia. Ajinomoto terindikasi mengandung babi, yang haram bagi umat Islam.<sup>10</sup>

Dilaporkan dalam media pemberitaan tempo pada tahun 2014 lalu bahwa panitia bersepakat membentuk badan halal, yang bertanggung jawab kepada Pemerintah. Lembaga ini berperan sebagai regulator dan pengawas dalam penerbitan sertifikat halal yang dibuat oleh Lembaga Pemeriksa Halal. Lembaga-lembaga ini harus mendaftar ke Badan Halal untuk mendapatkan akreditasi, seperti syarat memiliki auditor dan laboratorium pengujian kandungan produk yang akan diberi label halal. Dengan aturan ini, posisi MUI menjadi sejajar

---

<sup>10</sup>Pusat Data dan Analisa Tempo, "Kebijakan Pemerintah Indonesia terkait Sertifikat Halal" *Tempo Publishing* E-ISBN 978-623-207-062-2, h. 45.

dengan pemeriksa lain.<sup>11</sup> Pembentukan Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) ini merupakan sebuah langkah preventif untuk melindungi konsumen dari bahan-bahan makanan yang dapat membawa kemudharatan bagi konsumen.

Selain berbekal oleh asas legalitas di atas, pemahaman agama seorang konsumen juga penting untuk menjadi acuan konsumsi. Agama Islam telah menjabarkan ketentuan bagaimana perilaku konsumsi seorang muslim. Baik itu berupa ketentuan hukum haram dan halalnya suatu barang begitupun dari aspek perolehannya, semua harus sesuai dengan syariat Islam.

Tingkat pemahaman agama seorang Muslim dapat menjadi acuan dalam menentukan keputusan konsumsinya. Sebagai seorang Muslim, semakin tinggi tingkat pemahaman agamanya, maka semakin selektif pula dalam pengambilan keputusan pembeliannya terhadap produk pangan. Oleh karenanya, label sertifikat halal yang tertera pada produk pangan dan pemahaman agama tentu menjadi hal yang penting sebelum seorang konsumen mengambil keputusan pembelian produk pangan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi pada beberapa *minimarket* yang terdapat di Kecamatan Soreang Kota Parepare, ditemukan beberapa produk pangan impor, khususnya mie instan yang belum memiliki label sertifikat halal dari Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Hingga saat ini, pihak *minimarket* masih menyediakan stok produk pangan mie instan yang belum memiliki label sertifikat halal tersebut, hal

---

<sup>11</sup> Pusat Data dan Analisa Tempo, "Kebijakan Pemerintah Indonesia terkait Sertifikat Halal" *Tempo Publishing* E-ISBN 978-623-207-062-2, h. 45.

ini dapat mengindikasikan bahwa produk pangan tersebut masih laku di pasaran. Minimnya filterisasi terhadap produk pangan impor yang masuk di Indonesia, dan rendahnya pemahaman agama konsumen menjadi problematika dalam perilaku konsumsi masyarakat, khususnya di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

Dengan demikian, label sertifikat halal pada produk pangan mie instan sangat penting untuk menjamin keamanan baik dari segi kesehatan maupun dari segi hukum Islam dalam mengkonsumsi produk pangan tersebut. Bagi konsumen, penting untuk memperhatikan label sertifikat halal yang terdiri dari unsur gambar logo halal, tulisan penjelasan halal, maupun bentuk-bentuk lain dari logo halal sebagai representasi dari kehalalan produk pangan mie instan untuk dikonsumsi bagi umat Muslim. Selain itu, konsumen juga harus memiliki pemahaman agama yang mumpuni, baik itu pemahaman terhadap akidah, syariat, akhlak, pengetahuan agama dan penghayatan sehingga dapat lebih berhati-hati dalam menentukan keputusan pembelian produk pangan mie instan.

Berdasarkan pokok masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam terkait bagaimana pengaruh label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama terhadap keputusan membeli produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

### **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang menjadi pokok bahasan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama terhadap keputusan membeli produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare, dengan sub-sub pembahasan berikut ini.

1. Seberapa baik tingkat pengetahuan tentang label sertifikat halal masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare?
2. Seberapa baik tingkat pemahaman keagamaan masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare?
3. Seberapa baik keputusan membeli produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare?
4. Adakah hubungan yang positif dan signifikan antara label sertifikat halal dengan keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare ?
5. Adakah hubungan yang positif dan signifikan antara tingkat pemahaman agama dengan keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare ?
6. Adakah hubungan yang positif dan signifikan antara label sertifikat halal dengan tingkat pemahaman agama?
7. Adakah hubungan yang positif dan signifikan antara label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama dengan keputusan pembelian produk pangan mie instan secara simultan?
8. Bagaimana pengaruh label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama terhadap keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare ?

### ***C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian***

Adapun definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Label sertifikat halal**

Label sertifikat halal merupakan fatwa tertulis yang dibuat oleh Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) yang menyatakan halalnya suatu barang untuk dikonsumsi oleh konsumen Muslim.

Ruang lingkup penelitian ini berkaitan dengan pengetahuan tentang label sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) dan dinyatakan dalam bentuk gambar maupun logo sebagai acuan bahwa suatu produk telah melalui uji kehalalan oleh lembaga yang otoritatif. Dengan kata lain variabel label sertifikat halal merujuk kepada sejauh mana pengetahuan masyarakat tentang label sertifikat halal yang bisa berbentuk gambar atau logo yang merupakan pernyataan keabsahan atau kehalalan terhadap penggunaan obat maupun makanan.

### **2. Tingkat pemahaman agama**

Tingkat pemahaman agama merupakan tingkatan sejauh mana kemampuan seorang Muslim dalam memahami agama Islam sebagai landasan dalam menjalani kehidupan. Penelitian ini mencakup variabel tingkat pemahaman agama seorang Muslim, dimana tingkat pemahaman agama tersebut akan menentukan keputusan dalam membeli produk pangan mie instan.

### **3. Keputusan membeli produk**

Keputusan membeli produk merupakan langkah membuat keputusan untuk membeli suatu produk yang dibutuhkan seorang konsumen. Penelitian ini melingkupi variabel keputusan membeli produk pangan mie instan, dimana

keputusan membeli produk pangan mie instan dipahami sebagai suatu langkah akhir dari tindakan observasi dan tahapan pertimbangan-pertimbangan terhadap bahan pangan mie instan yang dijual oleh beberapa *minimarket* di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

#### **4. Produk pangan mie instan**

Produk pangan menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 69 Tahun 1999 adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman.<sup>12</sup> Sehingga produk pangan mie instan adalah produk yang bersumber dari zat-zat hayati dan air yang diolah menjadi makanan instan siap saji.

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah produk pangan mie instan impor yang belum memiliki label sertifikat halal yang saat ini banyak dijual di beberapa *minimarket* Kota Parepare, khususnya di Kecamatan Soreang.

#### **5. Masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare**

Masyarakat Kota Parepare adalah sekelompok masyarakat yang mendiami wilayah Kecamatan Soreang Kota Parepare yang membentuk suatu komunitas masyarakat, yang mana di dalamnya mereka dapat berinteraksi antara satu dengan yang lainnya dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah masyarakat Muslim yang berada di Kecamatan Soreang Kota

---

<sup>12</sup>Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 1, Ayat 1, h. 1.

Parepare.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penyusunan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa baik tingkat pengetahuan tentang label sertifikat halal masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui seberapa baik tingkat pemahaman keagamaan masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare.
3. Untuk mengetahui seberapa baik pengambilan keputusan membeli produk pangan mie instan masyarakat di kecamatan Soreang Kota Parepare.
4. Untuk mengetahui adakah hubungan yang positif dan signifikan antara label sertifikat halal dengan keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.
5. Untuk mengetahui adakah hubungan yang positif dan signifikan antara tingkat pemahaman agama dengan keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.
6. Untuk mengetahui adakah hubungan yang positif dan signifikan antara label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama.
7. Untuk mengetahui adakah hubungan yang positif dan signifikan antara label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama dengan keputusan pembelian produk pangan mie instan secara bersamaan
8. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama terhadap keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka kegunaan atau manfaat yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu karya ilmiah, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam perkembangan ilmu pengetahuan, menambah wawasan peneliti dan pembaca khususnya mengenai pengaruh sertifikat halal terhadap keputusan membeli produk pangan mie instan.
2. Sebagai bahan bacaan yang bermanfaat untuk memperluas cakrawala pengetahuan dan sebagai referensi ilmiah bagi penulis selanjutnya.
3. Sebagai landasan evaluasi praktis bagi pihak yang membutuhkan untuk melakukan evaluasi terhadap pengaruh sertifikat halal terhadap keputusan membeli produk pangan mie instan di lapangan

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Penelitian yang Relevan

Adapun penelitian relevan yang diangkat dalam penelitian ini acuan perbandingan adalah sebagai berikut :

1. Tengku Putri Lindung Bulan dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang”. Adapun hasil penelitiannya diperoleh  $KP= 2,831+0,828LH$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,335 atau bila dipresentasikan, maka 33,5% variabel label halal memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sosis di Kualasimpang dan sisanya sebesar 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. 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.<sup>13</sup>

Adapun perbedaan dengan penelitian saat ini dapat dilihat pada tujuan penelitian dilakukan oleh masing-masing peneliti. Tujuan dari penelitian di atas untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Sedangkan penelitian saat ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikat halal dan tingkat

---

<sup>13</sup> Tengku Putri Lindung Bulan, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* (Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, VOL.5, NO.1, 2016), h. 430.

pemahaman agama terhadap keputusan pembelian produk pangan mie instan, sehingga penelitian saat ini terkategori penelitian regresi linear berganda.

Adapun letak persamaan dari keduanya adalah terletak pada metodologi penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey, sama halnya dengan penelitian saat ini yang juga menggunakan jenis penelitian kuantitatif pendekatan survey. Adanya kesamaan ini tentu akan membawa kesamaan pula pada prosedur dan tahap-tahap penelitian yang dilakukan.

2. Ahda Segati dengan judul “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan”. Adapun hasil penelitiannya diperoleh dari hasil olah data terdapat perhitungan yang didapat nilai F hitung 6,954 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan nilai F tabel sebesar 2,67 hal ini berarti nilai F hitung lebih besar dibandingkan F tabel, selain itu nilai alfa atau signifikansi juga menunjukkan angka dibawah 0,05 (0,000), sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan di *Catering Aqiqah Nurul Hayat Yogyakarta*.<sup>14</sup>

Adapun perbedaan dalam penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu diadakan karena konsumen dan produsen berperan penting dalam meningkatkan penjualan apakah itu dari

---

<sup>14</sup>Ahda Segati “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Indonesia, Volume 3, Nomor 2, 2018), h. 166.

sertifikat halal sebagai kebijakan pemerintah dalam bidang perdagangan ataupun kualitas produk dan harga produk untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan penelitian saat ini diadakan karena sertifikat halal dan pemahaman agama dianggap merupakan elemen penting dalam sebuah produk, sedangkan peneliti melihat bahwa justru sertifikat halal banyak diabaikan oleh produsen.

Persamaan dalam penelitian dapat dilihat dari metode penelitian dan variabel independen yang digunakan, yang mana metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian lapangan, dan variabel yang sama digunakan oleh kedua penelitian ini adalah variabel label sertifikat halal.

3. Ian Alfian dan Muslim Marpaung dengan judul “Analisis Pengaruh Label Halal, *Brand* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan”. Adapun kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa sekitar 65,1% variabel label halal, brand/citra merek dan harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim di kota Medan (studi kasus di kecamatan Medan Petisah), sedangkan 34,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Kemudian sekitar 59,7% variabel label halal dan brand mempengaruhi harga sedangkan 40,3% dijelaskan oleh factor faktor lain. Hasil uji signifikansi pengaruh tidak langsung menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung dari variabel label halal dan brand/citra merek terhadap keputusan pembelian melalui harga secara signifikan.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Ian Alfian dan Muslim Marpaung “Analisis Pengaruh Label Halal, *Brand* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan” *Jurnal Penelitian* (At-Tawassuth, Vol. 2, No. 1, 2017), h. 122.

Adapun perbedaan dalam penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung variabel label halal, *brand/citra* merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di kota Medan (studi di kecamatan Medan Petisah). Sedangkan penelitian saat ini mengkaji keputusan pembelian masyarakat muslim di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

Persamaan kedua penelitian ini terletak pada penggunaan variabel penelitian yang sama. Variabel yang dimaksud adalah label halal dan keputusan pembelian. Kedua penelitian ini berfokus dengan indikator penelitian yang sama.

4. Nurrahmi Hayani dengan judul “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumahtangga Muslim di Pekanbaru”. Adapun kesimpulannya adalah menunjukkan bahwa bahwa variabel sertifikasi halal dan bahan makanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan pada ibu rumah tangga di kelurahan Air Putih Kecamatan Tampan Pekanbaru baik secara parsial maupun simultan. Kontribusi variabel keputusan Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 33,5% dan sisanya 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Nurrahmi Hayani “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumahtangga Muslim di Pekanbaru” Jurnal Al-Amwal (Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial Uin Suska Riau, Vol. 8, No. 1, 2019), h. 31.

Adapun perbedaan dalam penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penggunaan teknik pengambilan *sample*. Pada penelitian sebelumnya menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu salah satu teknik *sampling non random sampling*. Pemilihan teknik ini disebabkan populasi dan sampel yang diambil mempunyai karakteristik yang spesifik. Karakteristik tersebut adalah Ibu rumah tangga yang merupakan konsumen atau pengguna produk makanan halal yang berusia lebih dari 17 tahun dan berdomisili di Kelurahan Air Putih Kecamatan Tampan Pekanbaru. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan Teknik *Non probability Sampling* jenis *sampling incidental*.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat dari metode penelitian yang digunakan. Karena metode penelitiannya sama, maka akan berdampak pada struktur penyusunan penelitian yang sama pula, misalnya dapat dilihat persamaan dari teknik dan instrumen pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data dan sebagainya.

## **B. Analisis Teori Variabel**

### **1. Label Sertifikat Halal**

#### **a. Pengertian Label Sertifikat Halal**

Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label sertifikat halal pada kemasan produk dari instansi Pemerintah yang berwenang. Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lain dilakukan

untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menenteramkan batin bagi konsumen Muslim dalam mengkonsumsinya. Sertifikat halal adalah legalitas yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini dapat digunakan untuk pembuatan label halal.<sup>17</sup>

Sertifikasi halal merupakan jaminan keamanan bagi seorang konsumen Muslim untuk dapat memilih makanan yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama. Lebih lanjut, sertifikat halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi Pemerintah yang berwenang.<sup>18</sup> Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999, tentang label halal dan iklan pangan, didefinisikan bahwa label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut Label.<sup>19</sup> Tindakan penyertaan label halal pada produk pangan tersebut sebagai legalitas bahwa produk telah layak dikonsumsi bagi umat Muslim.

---

<sup>17</sup>Ahda Segati “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Indonesia, Volume 3, Nomor 2, 2018), h. 162.

<sup>18</sup>Nurrahmi Hayani “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumahtangga Muslim di Pekanbaru” *Jurnal Al-Amwal* (Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial Uin Suska Riau, Vol. 8, No. 1, 2019), h. 35.

<sup>19</sup>Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 1, Ayat 3, h. 1-2.

Proses-proses yang menyertai dalam suatu produksi makanan atau minuman, agar termasuk dalam klasifikasi halal adalah proses yang sesuai dengan hukum halal yang telah ditentukan oleh agama Islam. Standar halal tersebut diantaranya:

- 1) Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi, serta tidak menggunakan alkohol sebagai komposisi yang sengaja ditambahkan.
- 2) Daging yang digunakan berasal dari hewan halal, yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
- 3) Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol.
- 4) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan tempat transportasi tidak digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.<sup>20</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dipahami bahwa sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia sebagai landasan legalitas bahwa suatu barang memiliki kelayakan penggunaan. Kelayakan penggunaan mencakup keamanan dari bahan-bahan yang berbahaya, kehalalan/kebolehan dari bahan-bahan yang mengandung unsur haram, begitupun kelayakan dari sisi kesehatan bagi konsumen.

#### b. Elemen Penting Label Sertifikat Halal

Berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014 yang dimuat dalam Abdurrahman

---

<sup>20</sup> Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang" *Jurnal Manajemen dan Keuangan* (Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, VOL.5, NO.1, 2016), h. 434.

Konoras, menyebutkan bahwa dalam hal pelaku usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal, diwajibkan untuk :

- 1) Mencantumkan label “Halal” terhadap produk yang telah mendapat Sertifikat Halal
- 2) Menjaga kehalalan produk yang telah memperoleh Sertifikat Halal
- 3) Memisahkan lokasi, tempat dan penyembelihan, alat pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian antara produk Halal dan tidak Halal
- 4) Memperbarui Sertifikat Halal jika masa berlaku Sertifikat Halal berakhir, dan
- 5) Melaporkan perubahan komposisi bahan kepada BPJP.<sup>21</sup>

Setiap produsen yang memproduksi barang-barang konsumsi memiliki kewajiban untuk menjalankan ketentuan yang termuat dalam aturan di atas. Sebagai legalitas bahwa produsen telah mendaftarkan barangnya kepada lembaga terkait, maka produsen harus mencantumkan logo halal dalam setiap kemasan produknya, sebagai legalitas bahwa produk tersebut telah lulus uji oleh MUI. Setiap produsen harus menjaga produknya untuk terus layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat umum dan memisahkan lokasi pengolahan produk yang sebelumnya telah memiliki sertifikasi dengan produk-produk lainnya yang tidak halal agar tidak terkontaminasi. Sertifikat MUI memiliki jangka waktu berlaku, maka setiap produsen harus memperhatikan dan senantiasa memperbarui sertifikat halal tersebut untuk mendapatkan pengakuan legalitas, dan apabila pada produk

---

<sup>21</sup> Abdurrahman Konoras, Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 68.

yang sebelumnya telah mendapatkan sertifikat halal, dan di kemudian hari terjadi perubahan komposisi, maka wajib dilaporkan kepada pihak yang terkait.

Menurut Peraturan Pemerintah pasal 10 pasal 9, dinyatakan bahwa setiap orang yang memproduksi dan mengemas bahan pangan yang dikemas dan didistribusikan ke seluruh wilayah Indonesia untuk diperjualbelikan kepada konsumen dan menjamin bahwa bahan pangan tersebut halal untuk dikonsumsi bagi umat Islam bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal berupa label yang telah disepakati bersama oleh MUI pada kemasan bahan pangan. Adapun indikator label sertifikat halal MUI, dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Gambar logo halal
- 2) Tulisan yang menjelaskan kehalalan produk pangan.
- 3) Kombinasi gambar dan tulisan yang menjelaskan kehalalan produk pangan.
- 4) Bentuk lainnya yang disertakan dalam bahan pangan yang menjelaskan kehalalan produk pangan.<sup>22</sup>

Elemen-elemen kehalalan ini mengikat bagi setiap umat Muslim dalam menentukan pilihannya terhadap suatu produk pangan. Mengikat dalam artian, untuk memutuskan kehalalan konsumsi produk pangan dapat mengacu pada label tersebut. Setiap Muslim perlu memperhatikan label sertifikat MUI yang dinyatakan dalam bentuk gambar maupun keterangan halal yang dapat ditemukan pada kemasan produk pangan.

#### c. Aturan Pokok Label Sertifikat Halal

---

<sup>22</sup> Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner" *Jurnal Ipteks*, Vol. 3 No. 2 Juli 2018, h. 107.

Substansi UU No. 33 Tahun 2014 mengatur Jaminan Produk Halal bagi konsumen yang sebenarnya telah dirintis oleh MUI selama ini dan telah menghasilkan demikian banyaknya produk yang bersertifikat halal tanpa ada keberatan dari para pelaku usaha, melainkan kesadaran pelaku usaha serta dilandasi oleh kiat bisnis dengan mencermati pangsa-pangsa terbesar di Indonesia adalah konsumen Muslim. Beberapa pokok pengaturan dalam UU No. 33 Tahun 2014 memuat antara lainnya adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menjamin ketersediaan produk halal, ditetapkan bahan produk yang dinyatakan halal, baik bahan yang berasal dari bahan baku hewan, tumbuhan, mikroba, maupun bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi, atau proses rekayasa genetik. Di samping itu, ditentukan pula Proses Produk Halal (PPH) yang merupakan rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk yang mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk
- 2) Undang-Undang ini mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha dengan memberikan pengecualian terhadap pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang berasal dari bahan yang diharamkan dengan kewajiban mencantumkan secara tegas keterangan tidak halal pada kemasan produk atau pada bagian tertentu dari produk yang mudah dilihat, dibaca, tidak mudah terhapus, dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari produk.
- 3) Dalam rangka memberikan pelayanan publik, pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan Jaminan Produk Halal yang pelaksanaannya dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang

dalam menjalankan kewenangannya, BPJPH bekerja sama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, MUI dan LPH.

- 4) Tata cara memperoleh Sertifikasi Halal diawali dengan pengajuan permohonan Sertifikat Halal oleh pelaku usaha kepada BPJPH. Selanjutnya, BPJPH melakukan pemeriksaan kelengkapan dokumen. Pemeriksaan dan/atau pengajuan kehalalan produk dilakukan oleh LPH. LPH tersebut harus memperoleh akreditasi dari BPJPH yang bekerja sama dengan MUI. Penetapan kehalalan produk dilakukan oleh MUI melalui sidang fatwa halal MUI dalam bentuk Keputusan Penetapan Halal Produk yang ditandatangani oleh MUI. BPJPH menerbitkan Sertifikat Halal berdasarkan Keputusan Penetapan Halal Produk dari MUI tersebut.
- 5) Biaya sertifikat halal dibebankan kepada pelaku usaha yang mengajukan permohonan Sertifikat Halal. Dalam rangka memperlancar pelaksanaan Jaminan Produk Halal, Undang-Undang ini memberikan peran bagi pihak lain seperti Pemerintah melalui anggaran pendapatan dan belanja negara, Pemerintah Daerah melalui anggaran pendapatan dan belanja daerah, perusahaan, lembaga sosial, lembaga keagamaan, asosiasi, dan komunitas untuk memfasilitasi biaya sertifikat halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil.
- 6) Dalam rangka menjamin pelaksanaan penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, BPJPH melakukan pengawasan terhadap LPH, masa berlaku Sertifikat Halal, kehalalan produk, pencantuman Label Halal, pencantuman keterangan tidak halal: pemisahan lokasi, tempat dan alat pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, serta penyajian antara produk halal

dan tidak halal: keberadaan Penyelia Halal, dan/atau kegiatan lain yang berkaitan dengan jaminan Produk Halal.

- 7) Untuk menjamin penegakan hukum terhadap pelanggaran Undang-Undang ini, ditetapkan sanksi administrasi dan sanksi pidana.<sup>23</sup>

Kegiatan pengawasan dan kontrol dilakukan dengan melakukan kunjungan ke beberapa pusat produksi bahan-bahan konsumtif, atau dengan mengunjungi pusat penjual produk tersebut. Kegiatan tersebut berperan penting sebagai langkah pengawasan terhadap sumber makanan masyarakat untuk menjamin keamanan masyarakat dari hal-hal yang dapat merusak kesehatan.

## **2. Pemahaman Agama**

### **a. Pengertian Pemahaman Agama**

Pemahaman adalah kemampuan untuk menggunakan pengetahuan yang sudah diingat lebih kurang sama dengan yang sudah diajarkan dan sesuai dengan maksud penggunaannya.<sup>24</sup> Orientasi pemahaman tidak pernah terlepas dari bagaimana sudut pandangan terhadap objek yang diamati, jika suatu objek diamati dari sudut pandang yang positif, maka akan timbul pemahaman yang positif, namun jika suatu objek dipandang dari sudut negatif, maka akan timbul pemahaman negatif. Sehingga, pemahaman dari dalam diri setiap orang memiliki jenis yang berbeda-beda.

Siti Ruqoyyah mengemukakan bahwa pemahaman adalah kemampuan

---

<sup>23</sup> Abdurrahman Konoras, *Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen* (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 70-71.

<sup>24</sup> Yusuf Anas, *Manajemen Pembelajaran dan Instruksi Pendidikan* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2009), h. 151.

untuk menggambarkan situasi atau persoalan yang terjadi.<sup>25</sup> Pemahaman dalam diri seseorang setidaknya mampu memberikan uraian secara detail terhadap suatu kejadian yang dialaminya. Seiring dengan tingkat pemahaman seseorang yang lebih tinggi, maka orang tersebut sudah dapat menganalisis hingga mengambil sebuah kesimpulan.

Pemahaman adalah kemampuan menggambarkan situasi yang dialami oleh seseorang, sedangkan agama merupakan landasan atau pijakan seseorang dalam menjalani kehidupan. Lebih luas, agama merupakan seperangkat keyakinan dalam diri setiap orang yang tertanam dalam kehidupannya, sehingga seseorang dikatakan beragama apabila menjadikan sumber-sumber ajaran dalam agama sebagai pedoman hidupnya.

Agama merupakan kebutuhan pokok manusia, sebab manusia merupakan hasil ciptaan dari Allah swt. sehingga sebagai bentuk penyembahan, maka manusia harus menanamkan keyakinan agama dalam setiap dirinya sehingga akan terjalin suatu hubungan antara manusia dengan sang Pencipta. Melalui agama pula, maka manusia mendapatkan jalan dan tata cara untuk menyembah menjalin hubungan diantara sesama makhluk ciptaan Allah swt.

Pemahaman agama merupakan suatu tingkatan dalam diri seseorang dalam menelaah suatu sumber ajaran dalam kehidupan. Seseorang yang telah memahami agama berarti ia telah mendedikasikan dirinya untuk menjalani kehidupan. Seorang Muslim yang memahami agama, tidak hanya sebatas mengenal agama

---

<sup>25</sup> Siti Ruqoyyah, Sukma Murni dan Linda, Kemampuan Pemahaman Konsep dan Resiliensi Matematika dengan VBA Microsoft Excel (Purwakarta: CV. Tre Alea Jacta Pedagogie, 2020), h. 4.

Islam itu, namun mampu menganalisis seperti apa itu agama dan bagaimana tujuan agama tersebut.

Berdasarkan pandangan di atas, dapat dipahami bahwa pemahaman agama merupakan tingkat kemampuan seseorang untuk menggambarkan dan menganalisis agama, serta mewujudkan segala hal yang diajarkan dalam agama tersebut, sehingga seseorang yang memiliki pemahaman agama yang baik dapat mengaplikasikan ajaran-ajaran agama tersebut dalam kehidupannya.

#### b. Tingkatan Pemahaman

Tingkatan pemahaman dari setiap orang berbeda-beda, hal ini sangat bergantung dari bagaimana seseorang tersebut memandang suatu subjek/objek hingga memunculkan pemahaman yang berbeda. Adapun tingkatan pemahaman diklasifikasikan sebagai berikut :<sup>26</sup>

- 1) Tingkat terendah adalah pemahaman terjemahan, mulai menerjemahkan dalam arti yang sebenarnya, mengartikan prinsip-prinsip.

Pemahaman dalam tingkatan ini telah mampu mengetahui dan memahami arti-arti terhadap situasi dan kondisi yang diobservasi melalui indera, baik itu mata maupun pendengaran. Pada tahapan ini, seseorang belum mampu mencerna dengan baik dan substansi dari situasi yang dialaminya. Pemahaman pada tingkatan ini melebihi sekedar pengetahuan. Seseorang yang telah mampu mengenal meskipun belum mampu menjelaskan dan mengambil kesimpulan atas objek yang ia kenal, maka tetap seseorang tersebut dapat dikatakan memiliki pemahaman pada tingkat pengenalan.

---

<sup>26</sup> Siti Ruqoyyah, Sukma Murni dan Linda, *Kemampuan Pemahaman Konsep dan Resiliensi Matematika dengan VBA Microsoft Excel*, h. 7.

- 2) Tingkat kedua adalah pemahaman penafsiran, yaitu menghubungkan bagian-bagian terendah dengan yang diketahui berikutnya, atau menghubungkan kejadian, membedakan yang pokok dengan yang bukan pokok.

Dalam tahap ini, pemahaman seseorang sudah mampu melakukan interpretasi terhadap situasi yang dialaminya hingga mampu melakukan verifikasi atau mengelompokkan suatu kejadian dalam kelompok pokok maupun pendukung.

- 3) Tingkat ketiga merupakan tingkat tertinggi yaitu pemahaman ekstrapolasi.

Pemahaman dalam tingkat ini adalah dimana seseorang telah mampu mengambil suatu kesimpulan terhadap suatu kondisi yang dialaminya dan berimplikasi kepada keputusan tindakan. Seseorang yang dapat mengambil kesimpulan atas suatu objek yang berawal dari mengenal dan menjelaskan objek tersebut. Pada tingkat pemahaman ini dipersepsikan sebagai tingkat pemahaman tertinggi, sebab telah melalui tahap-tahap sebelumnya, sehingga seseorang dikatakan paham dengan baik terhadap suatu subjek/objek ketika ia telah mampu menarik benang merah dari objek tersebut

#### c. Dimensi Pemahaman Agama

Pemahaman Agama adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa kuat pelaksanaan ibadah dan kaidah-kaidah agama, dan seberapa dalam penghayatan atas keyakinan yang dianut seseorang terhadap agama Islam. Menurut Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori dalam Sabila, Terdapat lima dimensi dalam pemahaman agama, yakni sebagai berikut :

- 1) Akidah, yaitu tingkat keyakinan seorang Muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agama Islam.
- 2) Syariah, yaitu tingkat kepatuhan Muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana diperintahkan dalam ajaran agama Islam.
- 3) Akhlak, yaitu tingkat perilaku seorang Muslim berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam.
- 4) Pengetahuan agama, yaitu tingkat pemahaman Muslim terhadap ajaran-ajaran Agama Islam sebagaimana termuat dalam Al-Qur'an al-Kariim.
- 5) Penghayatan, yaitu perasaan-perasaan dalam menjalankan aktivitas beragama.<sup>27</sup>

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, dimensi pemahaman agama terbagi atas 5 kaidah pokok. Artinya, tolak ukur seorang Muslim memiliki pemahaman agama yang baik dapat dilihat dari pemahaman Muslim tersebut terhadap dimensi-dimensi agama. Seorang Muslim tidak cukup hanya menjadikan akidah sebagai prinsip hidup saja, dan melupakan dimensi pokok lainnya. Begitupun tidak hanya menjadikan akidah dan syariat sebagai pedoman hidup lalu melupakan akhlak yang merupakan bagian darinya, pada intinya setiap dimensi tersebut adalah satu kesatuan. Hakikat seorang Muslim yang ideal harus dipandang dari kelima dimensi tersebut, dengan kata lain untuk mengukur pemahaman agama dari seorang Muslim harus dilihat dari pelaksanaan kelima dimensi di atas.

---

<sup>27</sup> Rizky Sabila Firdausita, "Pengaruh Pemahaman Agama dan Lingkungan terhadap Perilaku Perempuan Hamil di Luar Nikah di Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan" *Tesis* (Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2017), h. 72.

### 3. Keputusan

#### a. Pengertian Keputusan

Teori pengambilan keputusan merupakan sebuah pengetahuan dan teknik-teknik analisis yang saling berhubungan dari sejumlah tingkatan pemikiran yang berbeda, yang tersusun secara sistematis dan ilmiah, yang di desain untuk membantu pengambil keputusan (*decision maker*) dalam memilih satu alternatif (*alternative*) dari sejumlah alternatif solusi yang menghasilkan konsekuensi peristiwa yang berbeda-beda. Teori pengambilan keputusan atau teori keputusan dapat diterapkan terhadap sejumlah kondisi kepastian, ketidakpastian (*uncertainty*) atau berisiko (*risk*).<sup>28</sup> Jenis resiko dalam pembuatan keputusan seharusnya juga dipertimbangkan, dan mempertimbangkan resiko juga termasuk ke dalam keputusan, yakni dengan mempertimbangkan apakah resiko tersebut mampu diberikan solusi atau tidak, maka keputusan merupakan langkah awal sebelum suatu tindakan dilakukan.

Menurut Fahmi, keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidakhati-hatian dalam melakukan

---

<sup>28</sup>Rizky Dermawan, Pengambilan Keputusan : Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 67-68.

pengkajian masalah.<sup>29</sup>

Menurut Dermawan, pengambilan keputusan adalah *causa* bagi *respond* tindakan, bagi *effect* konsekuensi. Namun, kebanyakan dari manusia tidak pernah tahu akan konsekuensi dari suatu keputusan yang diambil. Ketidaktahuan akan bagaimana seharusnya sebuah keputusan diambil dapat menghantarkan kita pada dua konsekuensi: baik atau buruk.<sup>30</sup> Keputusan dalam kondisi kepastian mengisyaratkan bahwa setiap alternatif yang ditetapkan memandu pada satu dan hanya satu konsekuensi (*consequence*)/hasil dari peristiwa yang dipilih. Pilihan terhadap satu dari beberapa alternatif akan sama nilainya (*value*) dengan memilih satu dari beberapa konsekuensi. Keputusan yang diambil dalam kondisi ketiadaan nilai distribusi probabilitas, dimana nilai tersebut tidak diketahui dan tidak dapat ditetapkan, merupakan keputusan yang diambil dalam kondisi ketidakpastian. Keputusan dalam kondisi berisiko menunjukkan setiap alternatif yang dikemukakan akan memiliki satu peristiwa yang akan muncul, dan probabilitas dari setiap konsekuensi/peristiwa dapat diketahui dan ditentukan nilainya.<sup>31</sup>

Dari paparan di atas, secara sederhana dapat dipahami bahwa keputusan merupakan konsekuensi atau akibat yang timbul dari sebab berupa stimuli eksternal seseorang hingga membentuk sebuah rangsangan internal dari dalam diri seseorang berupa sebuah analisis dan evaluasi terhadap sesuatu. Keputusan dalam setiap pribadi seseorang memiliki bentuk yang berbeda sebab, sebab keputusan

---

<sup>29</sup>Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan: Kualitatif dan Kuantitatif* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 2.

<sup>30</sup>Rizky Dermawan, *Pengambilan Keputusan : Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi*, h. 2.

<sup>31</sup>Rizky Dermawan, *Pengambilan Keputusan : Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi*, h. 68

sangat bergantung pada informasi yang ditangkap dan diolah hingga menjadi sebuah persepsi dan pada akhirnya dapat membuat pola keputusan. Terbentuknya sebuah pola keputusan akan berimplikasi pada tindakan yang akan dilakukan oleh seseorang ke depan, apakah terjadi pada perubahan keputusan tersebut hingga tindakan yang diambilnya berubah ataukah tidak terjadi perubahan keputusan.

#### b. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan

Guna memudahkan pengambilan keputusan maka perlu dibuat tahap-tahap yang bisa mendorong kepada terciptanya keputusan yang diinginkan. Adapun tahap-tahap tersebut adalah :

- 1) Mendefinisikan masalah tersebut secara jelas dan gamblang, atau mudah untuk dimengerti.
- 2) Membuat daftar masalah yang akan dimunculkan, dan menyusunnya secara prioritas dengan maksud agar adanya sistematika yang lebih terarah dan terkendali.
- 3) Melakukan identifikasi dari setiap masalah tersebut dengan tujuan untuk lebih memberikan gambaran secara lebih tajam dan terarah secara lebih spesifik.
- 4) Memetakan setiap masalah tersebut berdasarkan kelompoknya masing-masing yang kemudian selanjutnya dibarengi dengan menggunakan model atau alat uji yang akan dipakai.
- 5) Memastikan kembali bahwa alat uji yang dipergunakan tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip dan kaidah-kaidah yang berlaku pada umumnya.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup>Irham Fahmi, Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan: Kualitatif dan Kuantitatif (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 2.

Sisi lain Simon dalam Eko Nugroho mengatakan, pengambilan keputusan berlangsung melalui empat tahap, yaitu:

- 1) *intelligence*,
- 2) *design*,
- 3) *choice*, dan
- 4) implementasi.<sup>33</sup>

Sedangkan Setiadi mengemukakan tahap-tahap pengambilan keputusan pembelian sebagai berikut :

- 1) Mengenal kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal salah satu dari kebutuhan normal seseorang seperti rasa lapar, haus naik ke tingkat maksimum dan menjadi dorongan, atau bisa timbul akibat rangsangan eksternal misalnya seseorang melewati toko makanan yang memicu rasa lapar.

- 2) Pencarian informasi

Tahap dimana konsumen mencari informasi tentang produk. Sumber informasi utama konsumen dibagi empat kelompok yaitu a) pribadi, keluarga, teman, tetangga, rekan; b) komersial: iklan, situs *Web*, wiraniaga, penyalur, kemasan, dan tampilan; c) publik, media massa, organisasi pemeringkat konsumen; dan d) eksperimental: penanganan, pemeriksaan, dan penggunaan produk.

- 3) Evaluasi alternatif

---

<sup>33</sup>Eko Nugroho, Sistem Informasi Manajemen: Konsep Aplikasi dan Perkembangannya (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 75.

Merupakan tahap dimana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir. Pada tahap ini konsumen menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih berdasarkan besarnya kesesuaian antara manfaat yang diinginkan dengan yang bisa diberikan oleh pilihan produk yang tersedia.

#### 4) Keputusan pembelian

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

#### 5) Perilaku pasca pembelian.<sup>34</sup>

Merupakan tahap dimana konsumen melakukan proses evaluasi setelah mempelajari dan mengetahui lebih dalam tentang produk yang dibeli. Tiga kemungkinan hasil evaluasi pasca pembelian: kepuasan, ketidakpuasan, dan pertentangan. Indikator adanya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dapat dilihat dari tingkat pembelian ulang terhadap produk perusahaan.

Pada dasarnya, tahapan pengambilan keputusan berangkat dari pengenalan terhadap kebutuhan sehingga dibuatlah keputusan. Seseorang yang hendak membuat keputusan pembelian terhadap suatu produk berlandaskan atas kebutuhan seseorang itu terhadap produk yang didapatkannya. Setelah itu, mulailah seseorang untuk melakukan tindakan pencarian informasi dan mengevaluasi produk tersebut hingga akhirnya memutuskan untuk membeli. Yang perlu digarisbawahi bahwa keputusan pembelian bagi konsumen rasional adalah

---

<sup>34</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 14.

memiliki kaitan yang sangat erat dengan kebutuhan, bukan atas dasar kemauan hasrat.

### c. Dimensi Keputusan Pembelian

Pengetahuan ini mencakup bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan cara memperoleh produk tersebut. Dimensi dasar dari pengetahuan pembelian melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang hal-hal berikut.

#### 1) Tempat Membeli

Masalah mendasar yang harus diselesaikan oleh konsumen selama pengambilan keputusan adalah tempat mereka harus membeli suatu produk. Keputusan ini ditentukan sebagian besar oleh pengetahuan pembelian.

#### 2) Lokasi Produk

Pengetahuan pembelian mencakup informasi yang dimiliki konsumen mengenai lokasi produk di dalam lingkungan. Hal ini melibatkan informasi konsumen mengenai toko yang menjual produk.

#### 3) Waktu Membeli

Kepercayaan konsumen mengenai membeli merupakan satu komponen relevan dari pengetahuan pembelian. Pengetahuan mengenai waktu membeli dapat menjadi faktor penentu yang sangat penting dari perilaku pembelian untuk inovasi baru. Banyak konsumen tidak akan langsung membeli produk baru karena mereka percaya bahwa harga mungkin turun dengan berlalunya waktu.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 134.

Dalam hal ini, seorang konsumen apabila hendak membeli produk, maka keputusannya dapat bergantung pada faktor tempat dimana produk tersebut dijual. Ini disebabkan karena konsumen tentu memiliki penjual atau toko langganan dimana konsumen pada biasanya membeli produk disana. Lokasi produk juga dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk.

Waktu membeli juga bisa menjadi faktor penentu seorang konsumen memutuskan pembelian. Tingkat harga yang fluktuatif menyebabkan para konsumen menunggu momen yang tepat untuk melakukan pembelian. Apabila tingkat harga produk pada waktu tertentu sedang turun, maka biasanya momen ini yang dijadikan konsumen untuk membeli produk.

#### d. Prinsip Dasar Keputusan Konsumsi

Dalam Islam terdapat prinsip dasar yang menjadi acuan dalam konsumsi. Menurut Abdul Mannan, prinsip nilai yang harus menjadi pedoman konsumsi oleh seorang Muslim adalah sebagai berikut:

##### 1) Prinsip Keadilan

Prinsip ini menyatakan bahwa sesuatu yang dikonsumsi diperoleh dengan jalan yang halal dan tidak terdapat pelanggaran hukum syariat Islam yang berlaku. Konsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, berada dalam koridor aturan hukum agama, serta menjunjung tinggi kepantasan atau kebaikan (*halalan thayyiban*).

##### 2) Prinsip Kebersihan

Prinsip kebersihan ini dapat dimaknai bahwa seorang Muslim harus memakan makanan yang bersih, tidak kotor dan menjijikkan sehingga

menghilangkan selera makan.

### 3) Prinsip Kesederhanaan

Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar dan sederhana bagi kebutuhan hidup manusia agar tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun secara sosial.

### 4) Prinsip Kemurahan Hati

Sifat konsumsi seorang Muslim harus dilandasi dengan kemurahan hati. Artinya jika seseorang lainnya masih terdapat kekurangan atas kebutuhan hidupnya, maka seorang Muslim hendaknya menyisihkan makanan kepada yang membutuhkan.

### 5) Moralitas

Konsumsi seorang Muslim harus dibingkai oleh moralitas sehingga tidak semata-mata hanya memenuhi segala kebutuhan individual, melainkan memberikan makanan dan minuman kepada manusia lainnya agar meningkatkan nilai-nilai moralitas dan spiritual.<sup>36</sup> Nilai moralitas memberikan dasar bagi umat Muslim untuk meningkatkan hubungan baik antara sesama manusia.

## 4. Produk

### a. Pengertian Produk

Inti merek yang hebat adalah produk yang hebat. Produk adalah elemen kunci dalam penawaran pasar. Pemimpin besar biasanya menawarkan produk dan jasa bermutu tinggi yang memberikan nilai pelanggan yang paling unggul.<sup>37</sup> maka

---

<sup>36</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2016), h. 80-82.

<sup>37</sup>Phillip Kotler dan Kevil Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Terj. Bob Sabran Edisi ke XII* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 3.

dari itu, elemen produk sangat penting.

Menurut Abdullah, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi pancaindra). Kalau didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud di atas.<sup>38</sup> Menurut Kotler, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.<sup>39</sup>

Menurut Firmansyah, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua yang termasuk hasil produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan. Karena produk adalah benda ril, maka jenisnya cukup banyak.<sup>40</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa produk adalah semua hasil produksi baik itu bentuknya materi maupun non-materi yang dibutuhkan oleh semua makhluk, sebab produk memiliki nilai dimana semua makhluk dapat

---

<sup>38</sup>Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 153.

<sup>39</sup>Phillip Kotler dan Kevil Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Terj. Bob Sabran Edisi ke XII*, h. 4.

<sup>40</sup>M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy* (Surabaya: Qiara Media, 2019), h. 2.

memperoleh nilai tersebut tentunya dengan mengkonsumsi atau memakai produk tersebut.

#### b. Klasifikasi Produk

Banyak klasifikasi suatu produk yang dikemukakan ahli pemasaran, diantaranya pendapat yang dikemukakan oleh Kotler dalam Firmansyah produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu:

1) Berdasarkan wujudnya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu :

a) Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, pindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.

b) Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). Seperti halnya bengkel reparasi, salon kecantikan, hotel dan sebagainya.

2) Berdasarkan aspek daya tahannya, produk dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

a) Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun.

b) Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun lebih).

3) Berdasarkan tujuan konsumsi, didasarkan pada siapa konsumennya dan untuk apa produk itu dikonsumsi, maka produk diklasifikasikan menjadi dua, yaitu :

a) Barang konsumsi (*Consumer goods*)

Barang konsumsi merupakan suatu produk yang langsung dapat dikonsumsi tanpa melalui pemrosesan lebih lanjut untuk memperoleh manfaat dari produk tersebut. .

b) Barang industri (*industrial's goods*)

Barang industri merupakan suatu jenis produk yang masih memerlukan pemrosesan lebih lanjut untuk mendapatkan suatu manfaat tertentu. Biasanya hasil pemrosesan dari barang industri diperjualbelikan kembali.<sup>41</sup> Barang-barang hasil industri pada umumnya merupakan hasil pengolahan barang yang sebelumnya tidak memiliki nilai guna maupun nilai ekonomis, sehingga melalui pengelolaan industri, maka barang tersebut sudah memiliki nilai manfaat.

## 5. Pangan

### a. Pengertian Pangan

Dalam peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2004 tentang keamanan, mutu dan gizi pangan, pangan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berasal dari

---

<sup>41</sup> M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy* (Surabaya: Qiara Media, 2019), h. 5-6

sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun yang tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai pangan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan/atau pembuatan pangan atau minuman. Pangan olahan merupakan suatu bahan pangan yang dapat diperoleh dari hasil nabati ataupun hewani dengan adanya teknologi.<sup>42</sup>

Lebih lanjut dipaparkan oleh Sri Anggrahini bahwa pangan merupakan kebutuhan dasar terpenting dan sangat esensial untuk kehidupan manusia dan digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup manusia. Pangan olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan.<sup>43</sup> Kebutuhan pangan dianggap sebagai kebutuhan yang sangat erat kaitannya dengan kelangsungan hidup manusia, sebab manusia dalam bentuk lahiriah membutuhkan asupan nutrisi yang bersumber dari bahan pangan.

Berdasarkan hasil uraian di atas, dapat dipahami bahwa bahan pangan adalah segala bentuk kebutuhan lahiriah manusia sebagai makhluk hidup untuk menjaga kelangsungan hidupnya melalui konsumsi bahan-bahan yang sumbernya dari tanaman dan air yang ada di muka bumi. Bahan pangan memiliki kedudukan yang paling penting dalam kebutuhan hidup manusia, sebab pada dasarnya manusia hanya mampu bertahan hidup dengan adanya sumber makanan tersebut.

#### b. Jenis-Jenis Bahan Pangan

---

<sup>42</sup>Sri Anggrahini, *Kemaman Pangan* (Yogyakarta: PT. Kanisius, 2015), h. 16.

<sup>43</sup>Sri Anggrahini, *Keamanan Pangan* (Yogyakarta: PT. Kanisius, 2015), h. 16

Bahan pangan sebagai sumber nutrisi bagi manusia tergolong dalam beberapa klasifikasi dan kategori. Berikut klasifikasi bahan pangan:

1) Umbi-umbian

Beragam-macam jenis umbi yang dihasilkan tanaman antara lain : ubi kayu, ubi jalar, kentang, garut, kunyit, gadung, bawang, jahe, kencur, kimpul, talas, ama, ganyong, bengkuang dan sebagainya. Pada umumnya umbi-umbian pangan tersebut sebagai sumber karbohidrat terutama pati.<sup>44</sup>

2) Sereal dan pasta

Diantara sereal dan pasti yakni sumber bahan pangan yang mengandung unsur sereal dan pasti. Sereal dan pasti dapat ditemukan pada bahan makanan yang mengandung sereal seperti gandum.

3) Kacang-kacangan

Salah satu bahan pangan yang paling banyak ditemui di Negara Indonesia adalah kacang-kacangan dengan berbagai jenis. Diantaranya kedelai, kacang tanah, kacang hijau, kacang merah, kacang polong, kacang almond, kacang pistachio, kacang kenari, kacang pecan, kacang hitam, hazelnut, walnut, kacang mede, kacang bogor, kacang, gude, kacang brazil.<sup>45</sup>

4) Buah dan sayur

Sayuran dan buah-buahan juga tergolong dalam bahan makanan pangan. Banyak sekali jenis buah dan sayuran yang ada di Indonesia, baik itu seperti bayam, kangkung, pete, daun singkong, kol, brokoli, wortel, sawi dan sebagainya,

---

<sup>44</sup>Anni Faridah dkk, *Ilmu Bahan Makanan Bersumber dari Nabati* (Jakarta: Gifari Prasetama, 2013), h. 61.

<sup>45</sup>Anni Faridah dkk, *Ilmu Bahan Makanan Bersumber dari Nabati*, h. viii

sedangkan buah-buahan diantaranya buah apel, anggur, mangga, nanas, stroberi, ceri, dan sebagainya.

#### 5) Bumbu dan rempah

Masakan tanpa bumbu, atau bumbu yang kurang pas akan terasa hambar dan tidak disukai. Bumbu dan rempah-rempah mempunyai peranan penting dalam pengolahan makanan. Pemakaian bumbu dan rempah dalam makanan tidak hanya untuk memberikan warna, rasa dan aroma yang sedap pada masakan, tetapi juga mempunyai efek kesehatan. Beberapa peneliti telah menyimpulkan bahwa bumbu dan rempah yang digunakan pada makanan menghambat oksidasi minyak dan lemak serta mencegah peroksidasi lipid, sehingga menurunkan resiko penyakit kardiovaskuler. Menggunakan bahan makanan dan pengolahan yang sama dengan formulasi bumbu yang berbeda maka akan di hasilkan cita rasa masakan berbeda pula. Pada bagian bumbu dan rempah akan dipelajari tentang macam-macam bumbu yaitu bumbu segar, bumbu kering, bumbu jadi dan rempah-rempah. Penggunaan dan penanganan bumbu dan rempah juga penting untuk dipelajari.<sup>46</sup> Macam-macam bumbu dan rempah diantaranya cabai, tomat, kayu manis, lengkuas, jahe, bawang merah, bawang putih, ketumbar dan sebagainya.

#### 6) Sumber karbohidrat

Bahan pangan yang ditinjau dari unsur karbohidrat yang terkandung di dalamnya dapat ditemukan diantara hasil tanaman seperti beras, kentang, jagung, ubi, sagu dan sebagainya. Selain bahan pangan tersebut, ada juga bahan pangan yang sering dikonsumsi masyarakat kita sebagai makanan pokok yaitu mie.

---

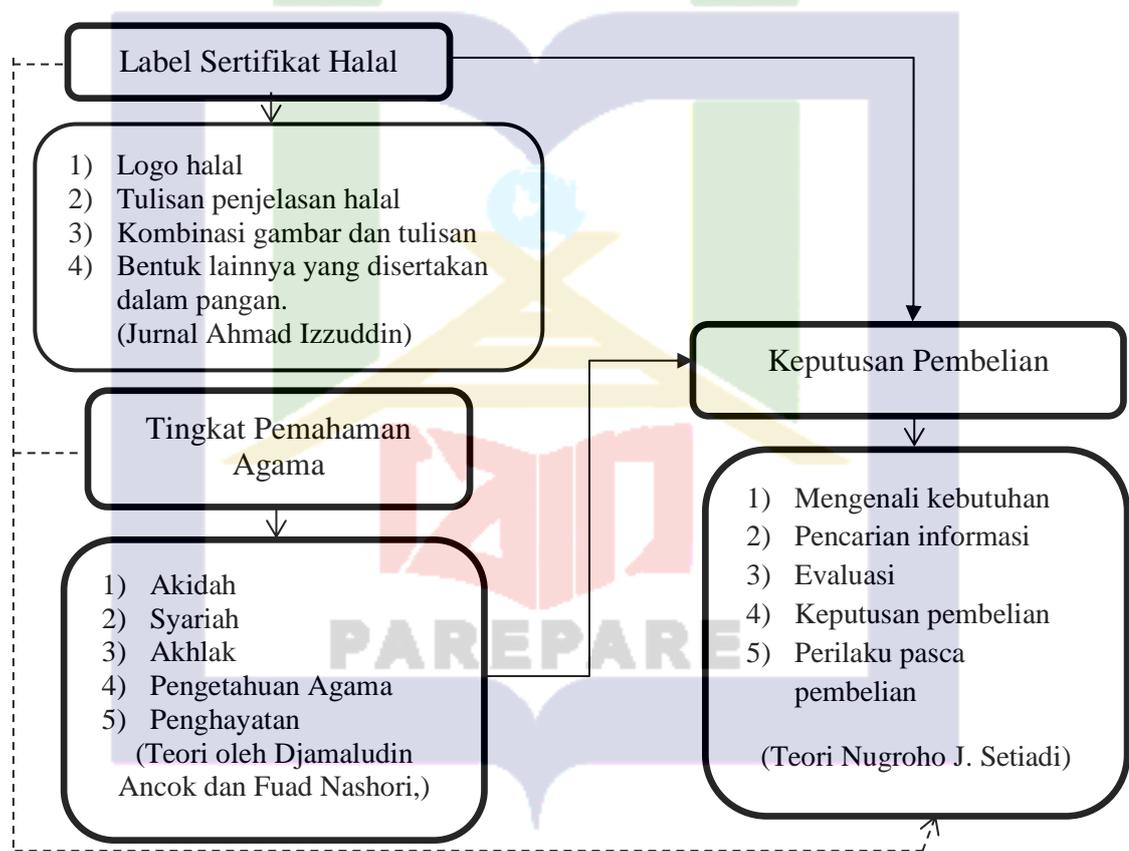
<sup>46</sup>Anni Faridah dkk, *Ilmu Bahan Makanan Bersumber dari Nabati* (Jakarta: Gifari Prasetama, 2013), h. 171.

Produk mie baik berupa mie basah, mie kering, maupun mie instan kini sudah menjadi bahan makanan utama kedua di Indonesia. Adapun yang akan dibahas mendalam dalam penelitian ini adalah salah satu produk mie berupa mie instan.

### C. Kerangka Pikir

Adapun bagan kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Bagan Kerangka Pikir**



### D. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yang bersifat dugaan sementara adalah sebagai berikut:

- H<sub>0</sub>: Label Sertifikat Halal dan Tingkat pemahaman agama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.
- H<sub>1</sub>: Tingkat pengetahuan masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare tentang label sertifikat halal paling tinggi 86% dari yang diharapkan.
- H<sub>2</sub>: Tingkat pemahaman agama masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare paling tinggi 85% dari yang diharapkan.
- H<sub>3</sub>: Tingkat keputusan membeli masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare produk pangan mie instan paling tinggi 82% dari yang diharapkan.
- H<sub>4</sub>: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara label sertifikat halal dengan keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.
- H<sub>5</sub>: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tingkat pemahaman agama dengan keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.
- H<sub>6</sub>: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare.
- H<sub>7</sub>: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama dengan keputusan pembelian produk pangan mie instan secara bersamaan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

H<sub>8</sub>: Terdapat pengaruh label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama terhadap keputusan pembelian produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### **A. Jenis dan Desain Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mengolah data-data hasil penelitian dengan menggunakan aplikasi olah data SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 24. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penaksiran. Isi rencana analisis data selalu didasarkan pada rencana penelitian yang telah dirumuskan dan data yang sudah siap diolah. Rencana penelitian mencakup:

1. Permasalahan.
2. Tujuan penelitian.
3. Kerangka pemikiran termasuk penggunaan konsep dan operasionalisasinya.<sup>47</sup>

Kemudian metode yang digunakan adalah metode survey, yaitu metode penelitian yang menggunakan angket sebagai instrumen penelitian terhadap populasi besar atau kecil, namun data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.<sup>48</sup>

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian *cross sectional*. Jenis pendekatan ini sangat relevan diaplikasikan dalam penelitian

---

<sup>47</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 366.

<sup>48</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 11.

konsumen. Pendekatan ini dimaksudkan untuk meneliti aspek-aspek perilaku konsumen yang menggunakan waktu secara relatif singkat, misalnya meneliti perubahan perilaku konsumen pada waktu tertentu, mempelajari nilai dan sikap konsumen terhadap suatu produk dalam momen waktu tertentu.<sup>49</sup>

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Label Sertifikat Halal dan Tingkat Pemahaman Agama terhadap Keputusan Membeli Produk Pangan Mie Instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare” dengan penelitian kuantitatif untuk mencari hubungan dan pengaruh antara variabel yang satu dengan yang lainnya dengan menggunakan aplikasi olah data SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) v.24.

### **B. Paradigma Penelitian**

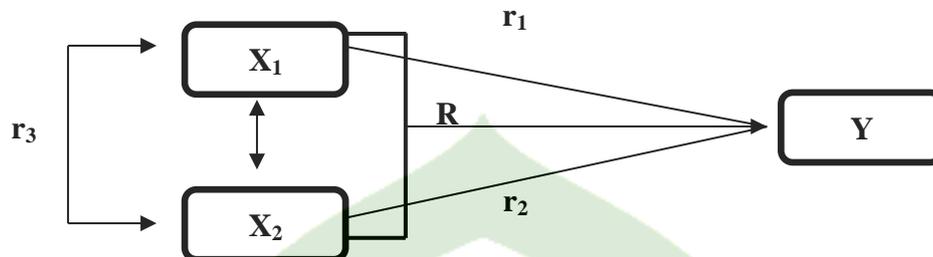
Paradigma penelitian ialah pola pikir yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel yang akan diteliti dan sekaligus memperlihatkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab dalam penelitian nantinya, serta analisis statistik yang digunakan.<sup>50</sup> Dalam penelitian ini, dimana peneliti mengangkat judul “Pengaruh Label Sertifikat Halal dan Tingkat Pemahaman Agama terhadap Keputusan Membeli Produk Pangan Mie Instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare”, maka digambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen, sebagai berikut:

---

<sup>49</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, h. 368.

<sup>50</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, h. 42.

**Gambar 3.1**  
**Paradigma Penelitian**



Berdasarkan bagan di atas, penelitian ini mengkaji pengaruh hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen yang dimaksud dalam penelitian ini terdapat dua, yakni variabel label sertifikat halal yang disimbolkan ( $X_1$ ) dan variabel tingkat pemahaman agama yang disimbolkan ( $X_2$ ). Sedangkan variabel dependen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian produk pangan mie instan yang disimbolkan ( $Y$ ).

### **C. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare, lokasi tersebut dipilih karena aktifitas pelaku perekonomian masyarakat yang cukup lengkap di daerah tersebut, yang mana terdapat beberapa penjual bahan-bahan pangan mie instan dan tentunya dengan pembeli yang banyak.

Adapun waktu penelitian ini membutuhkan waktu kurang lebih 2 bulan, mulai dari pengumpulan data penelitian, penyusunan, pengolahan data, pengambilan kesimpulan hingga sampai pada tahap akhir.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>51</sup> Populasi juga dapat dikatakan jumlah keseluruhan responden dalam suatu daerah yang menjadi titik penelitian dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare yang dibatasi pada masyarakat Muslim yaitu sebanyak 42.923 orang.<sup>52</sup>

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.<sup>53</sup> Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari total jumlah masyarakat Muslim yang ada di Kecamatan Soreang Kota Parepare. Adapun rumus penentuan untuk mengukur sampel berdasarkan rumus Slovin digambarkan sebagai berikut :

Rumus :

$$n = \frac{N}{(1 + N \times e^2)}$$

---

<sup>51</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 80.

<sup>52</sup> Parepare dalam angka tahun 2020, h. 127.

<sup>53</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 81.

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N: Populasi

$e^2$ : Persentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.<sup>54</sup>

Dalam penelitian ini, dimana diketahui jumlah populasi masyarakat muslim di Kecamatan Soreang sebanyak 42.923 orang dan persentase kesalahan perhitungan sebesar 10%, maka jumlah sampel penelitian dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + N \times e^2)}$$

$$n = 42.923 / (1 + (42.923 \times 0,1^2))$$

$$n = 42.923 / 430,23$$

$$n = 99,76$$

Dengan demikian dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang.

## **E. Sumber Data**

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu maupun perusahaan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>55</sup> Data primer dalam penelitian ini

<sup>54</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, h. 82.

<sup>55</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 374.

adalah hasil tanggapan kuesioner dari masyarakat Muslim di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.<sup>56</sup> Peneliti akan menggunakan sumber data sekunder sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Data tersebut diperoleh dari informasi/laporan yang dapat diperoleh dari jurnal atau penelitian yang relevan, majalah, surat kabar, media sosial maupun sumber bacaan dari internet lainnya.

## **F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

Teknik dan instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini yakni dengan melakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap subjek penelitian, menyebarkan angket, dan melakukan kegiatan dokumentasi. Untuk memperoleh data penelitian, lebih lanjut akan dilakukan langkah sebagai berikut :

### **1. Observasi**

Salah satu cara mempelajari konsumen adalah dengan mengobservasi perilakunya yang tampak, misalnya mengamati kebiasaan konsumen membeli produk merek tertentu, sikap dan penilaian konsumen terhadap suatu produk atau merek, jenis-jenis produk yang disukai oleh konsumen.<sup>57</sup> Observasi dilakukan langsung ke lapangan untuk meneliti konsumen produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

---

<sup>56</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*, h. 374.

<sup>57</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*, h. 372.

## 2. Angket

Angket atau disebut juga sebagai kuesioner merupakan instrumen penelitian yang berisi daftar pertanyaan yang sistematis dan terstruktur berdasarkan indikator-indikator yang dirumuskan oleh peneliti. Angket akan diberikan kepada beberapa pihak yang menjadi responden dalam penelitian ini, yakni konsumen di Kecamatan Soreang Kota Parepare.

Adapun penentuan skala penentuan hasil penelitian menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. dengan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolok ukur untuk menyusun butir-butir pertanyaan. Jawaban setiap butir pertanyaan yang menggunakan Skala Likert dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Penting (SP), Penting (P), Ragu-ragu (R), Tidak Penting (TP), Sangat Tidak Penting (STP). Dapat juga berupa kata-kata: Sangat Baik (SB), Baik (B), Ragu-ragu (R), Tidak Baik (TB), Sangat Tidak Baik (STB). Selain itu dapat juga Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (R), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).<sup>58</sup> Kategori dari penilaian skala Likert adalah di beri Skor :

- a. 5 Sangat Setuju = (SS),
- b. 4 Setuju = (S),
- c. 3 Netral = (N),
- d. 2 Tidak Setuju = (TS),

---

<sup>58</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 104.

e. 1 Sangat Tidak Setuju = (STS)

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang yang berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan publik, yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya seni dapat berupa gambar patung film dan lain-lain.<sup>59</sup> Dokumentasi sebagai bukti otentik kredibilitas dan keabsahan suatu penelitian. Metode dokumentasi dalam penelitian ini berupa pengumpulan data dari bukti-bukti fisik maupun non-fisik yang berkaitan dengan penelitian.

#### G. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Pembuatan instrumen harus mengacu pada variabel penelitian, definisi operasional, dan skala pengukurannya.<sup>60</sup> Instrumen penelitian yakni melakukan pengujian data-data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data kuesioner terhadap responden lalu kemudian akan diolah dalam aplikasi olah data SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 24. Instrumen dalam penelitian ini adalah berupa angket/kuesioner yang

---

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan : Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 396.

<sup>60</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 97.

disusun berdasarkan indikator label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama terhadap keputusan pembelian produk pangan.

#### H. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi, maka terlebih dahulu akan dilakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh tidak bias dan memiliki tingkat konsistensi yang tinggi. Pengujian asumsi klasik untuk menganalisis variabel label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama terhadap keputusan pembelian produk pangan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas data, uji reliabilitas data, uji reliabilitas data, uji normalitas data, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Berikut disajikan uraian lengkapnya :

##### 1. Uji Validitas Data

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.<sup>61</sup> Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan uji validitas guna mengukur keakuratan/kevalidan data yang diperoleh dari angket yang disebarkan kepada responden. Adapun rumus yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :<sup>62</sup>

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

<sup>61</sup>Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, h. 75.

<sup>62</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 108

## 2. Uji Reliabilitas Data

Menurut Djaali dkk. bahwa reliabilitas dibedakan atas dua macam yaitu reliabilitas konsistensi tanggapan dan reliabilitas konsistensi gabungan. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur apakah tanggapan responden dari instrumen tersebut sudah konsisten atau tidak..<sup>63</sup> Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan dengan dasar penentuan jika nilai Alpha > 0, 60 maka reliabel. dengan rumus sebagai berikut:<sup>64</sup>

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

$r$  = Koefisien *reliability* instrument (*cronbachalfa*)

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = total varians butir

$\sigma_t^2$  = total varians.

## 3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang mana hasil pengolahannya menunjukkan bentuk lonceng. Data yang baik adalah yang mempunyai pola seperti distribusi normal yakni distribusi data tersebut tidak

<sup>63</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah STAIN Parepare*, h. 76.

<sup>64</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 110.

melenceng ke kiri ataupun ke kanan.<sup>65</sup> Apabila hasil pengolahan data yang telah dilakukan menunjukkan garis yang membentuk pola mirip dengan gambar lonceng, maka disimpulkan bahwa data tersebut memiliki normalitas yang baik.

#### 4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati), Selain itu dapat dilihat nilai Tolerance dan Inflation Factor (VIF) atau dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individu dengan nilai determinasi secara serentak.<sup>66</sup>

#### 5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi dimana regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan yaitu dengan cara :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari output regresi titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, jadi dapat

---

<sup>65</sup>Singih Santoso, *Statistik Multivariate* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), h. 43.

<sup>66</sup>Romie Priyastama, *The Book of SPSS: Analisis dan Pengolahan Data* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), h. 122.

disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.<sup>67</sup>

### I. *Teknik Analisis Data*

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Berikut teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. Uji *T-Test One Sample*

Uji *t-test one Sample* merupakan bentuk pengujian dalam masalah-masalah praktis statistik. Uji t juga termasuk dalam kelompok statistik parametrik. Uji digunakan ketika informasi mengenai variance (ragam) populasi tidak diketahui.<sup>68</sup> Adapun rumus yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s / \sqrt{n}}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ : rata-rata hasil pengambilan data

$\mu_0$ : nilai rata-rata ideal

s : standar deviasi sampel

n : jumlah sampel

#### 2. Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Korelasi *pearson product moment* adalah untuk mengukur keeratan suatu hubungan linear antara dua variabel yang mempunyai distribusi normal.

<sup>67</sup>Angrita Denziana Indrayenti Ferdinan Fatah , Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return , *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Volume 5, Nomor 2, 2014, h. 23-24.

<sup>68</sup>Sofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk penelitian Kuantitatif*, (Cet. III; Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 194.

Pengambilan keputusannya adalah jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka terdapat korelasi antar variabel, jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka tidak terdapat korelasi.<sup>69</sup> Rumus korelasi *pearson product moment* sebagai berikut:<sup>70</sup>

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

$N$  = Jumlah responden

$X$  = Skor butir item tertentu

$Y$  = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor butir

$\sum Y$  = Jumlah skor total

$\sum XY$  = Perkalian skor butir dan skor total

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor butir

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor total.

### 3. Uji t (Parsial)

Uji parsial adalah salah teknik pengujian data untuk mencari apakah terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan dan positif dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Maksudnya adalah pada penelitian ini, peneliti menguji hubungan dan pengaruh variabel  $X_1$  terhadap variabel  $Y$  dan variabel  $X_2$  terhadap variabel  $Y$  secara individu dan tidak bersamaan.

<sup>69</sup>Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengelola Data dengan IMB SPSS Statistic 25)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 131.

<sup>70</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 131.

#### 4. Uji Simultan ( Uji F)

Uji simultan (Uji F) atau uji koefisien regresi secara serentak yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.<sup>71</sup> Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah terdapat dua variabel independen yakni label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama, sedangkan pada variabel dependen yakni terdapat keputusan pembelian. Adapun kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:<sup>72</sup>

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikansi  $< 0.05$ , maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh antar variabel.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan signifikansi  $< 0.05$ , maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh antar variabel.

#### 5. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dimaksudkan sebagai metode uji data untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh positif atau negatif terhadap dua variabel yang menjadi subjek penelitian. dikatakan linear berganda sebab terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen.

Persamaan regresi untuk 3 prediktor adalah sebagai berikut :<sup>73</sup>

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Berdonasi

<sup>71</sup>Duwi Puriyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Andi, 2018), h. 48

<sup>72</sup>Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengelola Data dengan IMB SPSS Statistic 25)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 131.

<sup>73</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 250.

$\alpha$  = Koefisien konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Sikap (*Attitude*)

$X_2$  = Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

$X_3$  = Kontrol Perilaku Persepsi (*Perceived Behavioral Control*)

$\epsilon$  = *Error*.

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan satu, berarti garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai-nilai observasi yang diperoleh. Dalam hal nilai koefisien determinasi sama dengan satu berarti ragam naik turunnya Y seluruhnya disebabkan oleh X. Dengan demikian, bila nilai X diketahui, nilai Y dapat diramalkan secara sempurna.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup>Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 259 .

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Analisis Deskriptif

Gambaran umum penelitian akan diuraikan secara deskriptif mencakup karakteristik responden dan deskripsi variabel sebagaimana berikut ini:

##### 1. Karakteristik Responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini diuraikan secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk tabel berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia, dan pendidikan terakhir. Dengan demikian diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas tentang kondisi responden dan kaitannya dengan masalah-masalah dan tujuan penelitian.

##### a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	35	35%
Perempuan	65	65%
Total	100 orang	100%

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa keseluruhan responden yang digunakan didominasi oleh laki-laki sebesar 35% (35 responden) sedangkan jumlah responden perempuan hanya 65% (65 responden).

##### b. Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia dikelompokkan dalam tiga kelompok usia sebagaimana diuraikan dalam Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Kelompok Usia	Jumlah	Presentase
15-25 Tahun	21	21%
26-40 Tahun	35	35%
41-60 Tahun	44	44%
Total	100 orang	100%

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa usia responden terbanyak adalah mereka yang berada pada usia 15-25 tahun yaitu sebanyak 21 responden (21%), kemudian 26-40 tahun sebanyak 35 responden (35%) dan 41-60 tahun sebanyak 44 responden (44%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah yang berada pada usia 41-60 tahun.

c. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMP	15	15%
SMA	60	60%
S1	25	25%
Total	100 orang	100%

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden terbanyak adalah mereka yang tingkat pendidikannya SMA yaitu sebanyak 60 responden (60%), lalu S1 sebanyak 25 responden (25%) dan SMP sebanyak 15 responden (15%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah yang tingkat pendidikan terakhirnya SMA.

## 2. Deskripsi Variabel

### a. Deskripsi Variabel Label Sertifikat Halal

Label sertifikat halal atau label halal merupakan legalitas yang dikeluarkan oleh lembaga berwenang dalam hal ini LPPOM-MUI yang menyatakan bahwa suatu produk sudah memiliki kelayakan sesuai syariat Islam. Adapun hasil tanggapan responden terhadap label halal dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Label Sertifikat Halal

No.	Indikator	Skor					Jml	Rata-
		SS	S	N	T	STS		
1	 Saya memperhatikan gambar seperti di samping pada saat mencari mie instan di toko atau mini market	35	62	3	0	0	432	4,32
2	 Saya memperhatikan gambar di samping pada saat memilih mie instan di toko atau mini market	33	44	23	0	0	410	4,10
3	 Saya lebih memilih mie instan yang ada gambarnya seperti di samping daripada yang tidak ada gambarnya	33	63	4	0	0	429	4,29
4	 Saya memutuskan membeli produk mie instan yang ada gambar seperti di samping	26	71	3	0	0	423	4,23
5	 Adanya tulisan “Halal” sebagai penegas bahwa produk mie instan yang memiliki label tersebut aman dikonsumsi oleh Muslim.	25	72	3	0	0	422	4,22

6		Tulisan “Halal” dalam logo resmi MUI, berupa tulisan latin dan Arab menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk mie instan	29	69	2	0	0	427	4,27
7		Dalam label sertifikat halal yang dikeluarkan secara resmi oleh MUI terdapat gambar dan tulisan yang menyatakan bahwa produk mie instan telah melalui uji halal konsumsi	51	49	0	0	0	451	4,51
8		Dalam label halal resmi MUI terdapat kombinasi gambar dan tulisan Arab dalam lingkaran hijau mempermudah saya dalam membeli produk mie instan	33	65	2	0	0	431	4,31
9		Saya mengetahui gabungan gambar dan tulisan di samping adalah label resmi halal dari MUI yang meyakinkan saya akan	33	63	4	0	0	429	4,29
10		Label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI berisi tulisan Arab melingkar dengan kalimat “Majelis Ulama Indonesia” meyakinkan saya akan mutu produk	23	69	7	1	0	414	4,14
		Jumlah						4268	42,68
		Rata-rata						42,68	4,26

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang tinggi terhadap variabel label halal pada produk mie instan yaitu sebesar rata-rata 4,26. Pernyataan nomor 7 *“Dalam label sertifikat halal yang dikeluarkan secara resmi oleh MUI terdapat gambar dan tulisan yang menyatakan bahwa produk mie instan telah melalui uji halal konsumsi”* tentang maksud dari gambar dan tulisan pada label sertifikat halal MUI memperoleh skor paling tinggi yaitu 4,51 dimana 51 responden (51%) menjawab sangat setuju, 49 responden (49%) menjawab setuju, 0 responden (0%) menjawab netral, 0 responden (0%) menjawab tidak setuju dan 0 responden (0%) yang menjawab sangat tidak setuju. Ini berarti bahwa bahwa label halal pada produk mie instan merupakan sesuatu yang di anggap penting karena menunjukkan bahwa dalam produk tersebut telah melalui uji yang ketat dan terbukti tidak mengandung unsur atau barang haram yang dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya.

Selain itu, pernyataan yang memperoleh skor terendah sebesar 4,10 yaitu pernyataan nomor 2 tentang tanggapan responden terhadap logo halal pada saat memilih produk mie instan di toko atau mini market. Sebanyak 33 responden (33%) menjawab sangat setuju, 44 responden (44%) menjawab setuju, 23 responden (23%) menjawab netral, 0 responden (0%) menjawab tidak setuju dan 0 responden (0%) menjawab sangat tidak setuju. Skor ini menunjukkan bahwa logo halal mendapat perhatian yang cukup tinggi bagi konsumen dalam memilih

produk mie instan mengingat fakta bahwa di pasaran masih banyak produk mie instan yang belum memperoleh sertifikat halal dari MUI.

Berdasarkan tanggapan mengenai label halal pada produk mie instan, menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa adanya label halal pada produk mie instan sangat penting. Hal ini terkait dengan pembelian produk mie instan sebagai salah satu pilihan bahan pangan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka akan makanan instan yang halal dan bebas dari unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya. Kesesuaian kehalalan produk dengan kualitas yang diberikan akan memberikan satu kepercayaan seseorang terhadap produk tersebut.

#### b. Deskripsi Variabel Pemahaman Agama

Dalam penelitian ini, pemahaman agama merujuk pada seberapa jauh pengetahuan, seberapa kuat keyakinan, seberapa baik pelaksanaan ibadah dan kaidah agamanya, dan seberapa dalam penghayatan atas keyakinan yang dianut seorang muslim yang mencakup lima dimensi yaitu akidah, syariah, akhlak, pengetahuan agama dan penghayatan.

Tabel berikut ini memperlihatkan bagaimana tanggapan dari responden tentang tingkat pemahaman agamanya setelah diberikan angket.

Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pemahaman Agama

No.	Indikator	Skor					Jml Skor	Rata-rata
		SS	S	KS	TS	STS		
1	Saya meyakini bahwa Agama Islam sebagai rahmat bagi umat manusia mencegah pemeluknya mengkonsumsi makanan haram, termasuk mie instan yang haram	30	62	8	0	0	422	4,22
2	Saya memahami bahwa diutusnya Nabi Muhammad saw sebagai teladan bagi umat Muslim memberi contoh untuk tidak mengkonsumsi produk yang haram, termasuk mie instan haram	8	69	22	1	0	384	3,84
3	Saya memahami bahwa syariat Islam melarang mengkonsumsi makanan yang mengandung unsur babi, bangkai, alkohol dan darah.	11	61	28	0	0	383	3,83
4	Saya memahami bahwa mengkonsumsi makanan yang mengandung unsur haram akan menimbulkan kemudharatan bagi seorang Muslim	4	40	53	3	0	345	3,45
5	Saya membiasakan diri pribadi untuk mengkonsumsi produk, termasuk produk mie instan yang memiliki label halal	0	36	55	9	0	327	3,27
6	Saya memahami bahwa Islam menekankan seorang Muslim untuk mengkonsumsi makanan yang terjamin kehalalannya, termasuk makanan mie instan	35	58	6	1	0	427	4,27

7	Saya sebagai Muslim tahu untuk lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi makanan dan minuman, termasuk produk mie instan	23	70	6	1	0	415	4,15
8	Pengetahuan agama yang baik akan menghindarkan diri dari mengkonsumsi makanan/minuman yang tidak halal	46	46	7	1	0	437	4,37
9	Ajaran Islam tentang konsumsi harus dihayati dan diamalkan, supaya seorang Muslim hanya membeli dan mengkonsumsi produk- produk yang halal dan toyyiban	47	46	6	1	0	439	4,39
10	Semakin dalam penghayatan agama yang dianut oleh seseorang akan membuat pola konsumsinya akan lebih baik.	23	69	7	1	0	414	4,14
	Jumlah						3.993	39,93
	Rata-rata						39,93	3,93

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan skor rata-rata 3,93 memberikan tanggapan yang cukup tinggi terhadap variabel pemahaman agama, artinya tanggapan responden menunjukkan bahwa pemahaman agama tentang mengkonsumsi makanan halal dan menghindari makanan yang haram sebagaimana diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al Quran dan Hadist menjadi pedoman dalam membeli bahan pangan berupa mie instan. Pernyataan nomor 9 “*Ajaran Islam tentang konsumsi harus dihayati dan diamalkan, supaya seorang Muslim hanya membeli dan mengkonsumsi produk- produk yang halal dan toyyiban tentang penghayatan dan pengamalan ajaran Islam agar seorang muslim membeli produk makanan yang*

*halal dan toyyiban*” mendapat tanggapan paling tinggi yaitu sebesar 4,39 dimana 47 responden (47%) menjawab sangat setuju, 46 (46%) responden menjawab setuju, 6 responden (6%) menjawab netral, 1 responden (46%) menjawab tidak setuju dan nol responden menjawab sangat tidak setuju. Sedangkan Pernyataan nomor 5 “*Saya membiasakan diri pribadi untuk mengkonsumsi produk, termasuk produk mie instan yang memiliki label halal*” mendapat tanggapan terendah dimana 0 responden menjawab sangat setuju, 36 responden (36%) menjawab setuju, 55 responden (55%) menjawab kurang setuju, 9 responden (9%) menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan nilai rata-rata keseluruhan tanggapan responden (3,39) menunjukkan bahwa pemahaman agama yang baik membuat konsumen muslim menjadi selektif dalam membeli dan mengkonsumsi produk.

#### c. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tindakan yang diambil oleh konsumen setelah melalui tahapan pengenalan, pengetahuan dan informasi yang dikumpulkan tentang produk yang akan dibeli. Keputusan pembelian mencakup beberapa tahapan yaitu mengenali kebutuhan, mencari informasi, melakukan evaluasi, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian.

Tabel berikut ini menunjukkan tanggapan dari responden terhadap keputusan pembelian mie instan.

Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

No.	Indikator	Skor					Jml Skor	Rata- rata
		SS	S	KS	TS	STS		
1	Saya memperhatikan gambar logo halal pada saat membutuhkan produk mie instan	5	76	19	0	0	386	3,86
2	Saya butuh produk mie instan yang halal karena sesuai dengan ajaran Islam	34	64	2	0	0	432	4,32
3	Saya memperhatikan gambar logo halal pada saat mencari produk mie instan di toko atau minimarket	24	68	7	1	0	415	4,15
4	Saya mencari produk mie instan yang halal menurut pemahaman saya sebagai muslim	23	70	6	1	0	415	4,15
5	Saya lebih memilih mie instan yang ada gambar logo halalnya daripada yang tidak ada gambar logo halalnya	19	74	7	0	0	412	4,12
6	Saya memilih mie instan yang halal karena sesuai dengan kepribadian saya sebagai seorang muslim	23	69	7	1	0	414	4,14
7	Saya merasa yakin dalam membeli produk mie instan yang ada gambar logo halalnya	47	46	6	1	0	439	4,39
8	Saya memutuskan membeli produk mie instan yang halal menurut pemahaman saya sebagai muslim	19	74	7	0	0	412	4,12

9	Saya selalu membeli produk mie instan yang ada gambar logo halalnya	34	63	3	0	0	431	4,31
10	Saya merasa puas membeli produk mie instan yang halal menurut pemahaman saya sebagai muslim	19	74	7	0	0	412	4,12
	Jumlah						4.168	41,68
	Rata-rata						41,68	4,16

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang tinggi terhadap keputusan pembelian mereka atas produk mie instan yang dipengaruhi oleh adanya label halal dan pemahaman agama. Pernyataan nomor 7 “*Saya merasa yakin dalam membeli produk mie instan yang ada gambar logo halalnya*” tentang keyakinan responden dalam memilih mie instan yang halal mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli dan mengonsumsi mie instan memperoleh skor paling tinggi yaitu 4,39 dimana 47 responden (47%) menjawab sangat setuju, 46 responden (46%) menjawab setuju, 6 responden (6%) menjawab netral, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, dan nol responden menjawab sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa akidah atau keyakinan seorang muslim akan kebenaran ajaran agama Islam yang dianutnya menjadi pertimbangan dalam memilih produk mie instan sebagai bahan pangan yang akan dikonsumsi. Selain itu, pernyataan nomor 1 “*Saya memperhatikan gambar logo halal pada saat membutuhkan produk mie instan*” tentang pengaruh logo halal dalam memilih mie instan

memperoleh tanggapan dengan skor terendah yaitu sebesar 3,86 dimana 5 responden (5%) menjawab sangat setuju, 76 responden (76%) menjawab setuju, 19 responden (19%) menjawab netral, nol responden menjawab tidak setuju dan nol responden menjawab sangat tidak setuju. Ini juga menunjukkan bahwa adanya logo halal pada produk mie instan juga menjadi pertimbangan konsumen pada saat membutuhkan produk mie instan. Berdasarkan tanggapan responden tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan mereka memang yakin dan ingin membeli produk mie instan yang halal sebagai kebutuhan pangan mereka.

#### ***B. Uji Hipotesis Deskriptif***

Hipotesis deskriptif merupakan jawaban sementara terhadap masalah deskriptif yang berhubungan dengan satu variabel atau lebih. Uji hipotesis deskriptif sendiri merupakan proses pengujian hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah deskriptif.<sup>75</sup> Seperti yang dibahas sebelumnya di Bab II, hipotesis deskriptif dari penelitian ini ada tiga yaitu 1) *Tingkat pengetahuan masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare tentang label sertifikat halal paling tinggi 86% dari yang diharapkan*; 2) *Tingkat pemahaman keagamaan masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare paling tinggi 85% dari yang diharapkan*; dan 3) *Tingkat Keputusan membeli masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare produk pangan mie instan paling tinggi 82% dari yang diharapkan*.

Untuk menguji hipotesis deskriptif nomor 1 langkah awal yang dilakukan

---

<sup>75</sup>Sugiyono. "Metode penelitian kombinasi (mixed methods)." *Bandung: Alfabeta* 28 (2015) hal. 235

adalah dengan menggunakan skor ideal untuk variabel yang diuji. Skor ideal adalah skor yang ditentukan dengan asumsi bahwa setiap responden menjawab dengan jawaban skor tertinggi.<sup>76</sup> Berikut ini adalah perhitungan skor ideal dan skor hasil penelitian berdasarkan data tabel.

Tabel 4.7 Nilai Skor Responden terhadap Pernyataan Label Halal

No. Responden	Skor item pernyataan Label Sertifikat Halal (X1)										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
6	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
15	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
16	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
21	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	39
22	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
23	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
24	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
25	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	44
26	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45

<sup>76</sup>Sugiyono. "Metode penelitian kombinasi (mixed methods)." *Bandung: Alfabeta* 28 (2015) hal. 233

27	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	45
28	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
29	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
30	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33
31	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
32	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
33	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45
36	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
39	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
40	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
43	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	41
44	5	5	4	3	4	3	4	5	4	4	41
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
49	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
50	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
51	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
52	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	45
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4	43
57	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
58	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	45
59	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
60	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	41
61	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45
64	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43
65	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
66	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45
67	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42

68	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	40
69	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
75	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
76	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45
77	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
82	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
83	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43
84	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
88	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43
89	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45
90	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
91	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43
92	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43
95	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
98	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45
99	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
100	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
Jumlah	432	410	429	423	422	427	451	431	429	414	4268
$\bar{x}$										42,68	
$s$										3,16	

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui skor label sertifikat halal yang diperoleh setelah dilakukan penjumlahan adalah 4.628, sedangkan skor idealnya 5 x 10 x

$100 = 5.000$ , dimana 5 adalah skor tertinggi, 10 adalah jumlah pertanyaan dan 100 adalah jumlah responden. Sehingga dengan demikian nilai label sertifikat halal yang ditampilkan dari tabel 4.7 adalah  $4.268 : 5.000 = 0,85 = 85\%$ . Jadi nilai label sertifikat halal adalah 85% dari yang diharapkan.

Untuk pengujian hipotesis terlebih dahulu dihitung rata-rata skor idealnya yaitu  $5.000 : 100 = 50$ , sedangkan nilai yang dihipotesiskan untuk variabel sertifikat halal adalah paling tinggi 86%, sehingga nilainya =  $86\% \times 50 = 43$ . Selanjutnya hipotesis statistiknya dirumuskan sebagai berikut:

$H_0$  = pemahaman label sertifikati halal lebih rendah atau sama dengan 86%

$H_a$  = pemahaman label sertifikati halal lebih besar dari 86%

Rumusnya:

$$H_0 = \mu \leq 86\% \leq 86\% \times 50 = 43$$

$$H_a = \mu > 86\% > 86\% \times 50 = 43$$

Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai t berdasarkan rumus t-test one sample (dibahas di Bab III) berikut ini:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Dimana :  $\bar{x} = 4268 / 100$  (skor total/ jumlah responden) = 42,68

$$\mu_0 = 43$$

Maka :

$$t = \frac{42,68 - 43}{\frac{3,16}{\sqrt{100}}} = -1,0126$$

Hasil dari perhitungan ini (nilai t hitung) kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel dengan derajat kebebasan (dk) = 100 – 1 = 99, dan taraf kesalahan  $\alpha = 0,05$ ; maka diperoleh nilai t tabel = 1,660. Karena nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa *Tingkat pengetahuan masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare tentang label sertifikat halal paling tinggi 86% dari yang diharapkan dapat diterima*. Tidak ditemukan perbedaan antara yang diduga dalam populasi dengan data dari sampel dimana rata-rata nilai label sertifikat halal yang diharapkan adalah 85%.

Untuk menguji hipotesis deskriptif nomor 2, terlebih dahulu dihitung skor idealnya berdasarkan tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8 Nilai Skor Responden terhadap Pernyataan Tingkat Pemahaman Agama

No. Responden	Skor item pernyataan Tingkat Pemahaman Agama (X2)										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	39
2	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	37
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
6	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	38
7	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
9	4	4	3	3	4	2	3	2	2	3	30
10	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	41
11	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	41
12	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	36

13	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
14	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	43
15	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	42
16	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	44
17	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
19	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	42
20	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	43
21	5	5	4	3	4	5	2	4	5	2	39
22	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	40
23	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43
24	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	38
25	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
26	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	40
27	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	40
28	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	40
29	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
30	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	37
31	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	42
32	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	36
33	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39
34	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	36
35	5	4	4	3	3	5	4	5	5	4	42
36	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	42
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
38	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
39	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	36
40	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	42
41	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40
42	4	3	4	3	3	5	4	5	5	4	40
43	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	39
44	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
45	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
46	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	43
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	4	2	4	2	3	4	4	5	5	4	37
49	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	45
50	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	38
51	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
52	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	33
53	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36

54	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	42
55	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	36
56	4	3	4	3	3	5	4	5	5	4	40
57	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	44
58	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	41
59	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35
60	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
61	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
62	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
63	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	42
64	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	45
65	4	3	4	3	2	5	5	5	5	5	41
66	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	41
67	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39
68	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	38
69	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
70	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39
71	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	40
72	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
73	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	32
74	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36
75	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	44
76	5	4	4	3	2	5	4	5	5	4	41
77	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	42
78	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
79	4	3	4	3	3	5	4	5	5	4	40
80	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
81	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
82	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	44
83	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	40
84	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	45
85	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35
86	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	35
87	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39
88	5	5	5	2	3	4	4	5	5	4	42
89	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	40
90	4	3	3	3	2	5	5	5	5	5	40
91	3	4	4	3	2	4	4	5	5	4	38
92	4	3	3	3	3	5	4	5	5	4	39
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	4	4	5	2	4	4	4	5	5	4	41

95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
97	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	43
98	5	4	4	3	3	5	4	5	5	4	42
99	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	42
100	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
Jumlah	422	384	383	345	327	427	415	437	439	414	3993
										$\bar{x}$	39,93
										$s$	3,05

Berdasarkan nilai skor pada tabel 4.8, jumlah skor pemahaman agama adalah 3.993. sedangkan nilai skor ideal yaitu 5.000, dimana 5 adalah skor tertinggi, 10 adalah jumlah pertanyaan dan 100 adalah jumlah responden. Dengan demikian nilai pemahaman agama yang diperoleh dari tabel 4.8 adalah  $3.993 : 5000 = 80\%$ . Jadi nilai pemahaman agama adalah 80% dari yang diharapkan.

Untuk pengujian hipotesis terlebih dahulu dihitung rata-rata skor idealnya yaitu  $5.000 : 100 = 50$ , sedangkan nilai yang dihipotesiskan untuk variabel pemahaman agama adalah paling tinggi 85%, sehingga nilainya  $= 85\% \times 50 = 42,5$ . Selanjutnya hipotesis statistiknya dirumuskan sebagai berikut:

$H_0$  = pemahaman agama lebih rendah atau sama dengan 85%

$H_a$  = pemahaman agama lebih besar dari 85%

Rumusnya:

$$H_0 = \mu \leq 85\% \leq 85\% \times 50 = 42,5$$

$$H_a = \mu > 85\% > 85\% \times 50 = 42,5$$

Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai t berdasarkan rumus t-test one sample berikut ini:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_o}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Dimana :  $\bar{x} = 39,93$

$\mu_o = 42,5$

Maka :

$$t = \frac{39,93 - 42,5}{\frac{3,05}{\sqrt{100}}} = -8,4262$$

Nilai t hitung yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel = 1,660. Karena nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa *tingkat pemahaman keagamaan masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare paling tinggi 85% dari yang diharapkan* dapat diterima. Atau dengan kata lain tidak terdapat perbedaan antara nilai yang diduga dalam populasi dengan sampel dimana dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata nilai pemahaman agama = 80% dari yang diharapkan.

Kemudian untuk hipotesis deskriptif nomor 3, skor ideal dan rata-rata skor idealnya dapat dihitung berdasarkan tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9 Nilai Skor Responden terhadap Pernyataan Keputusan Pembelian

No. Responden	Skor item pernyataan Keputusan Pembelian Produk Pangan Mie Instan(Y)										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	35
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	44

4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	34
5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
6	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	36
7	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	45
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	32
10	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
11	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
15	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
16	5	5	5	4	3	4	5	3	5	3	42
17	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
18	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43
19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
20	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
21	4	4	2	2	4	2	5	4	4	4	35
22	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
23	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	43
24	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
25	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43
26	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
27	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	43
28	3	5	4	4	3	4	5	3	5	3	39
29	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
30	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	36
31	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
32	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
33	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
34	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
35	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
36	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
39	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	38
40	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
43	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
44	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41

45	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	40
46	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
47	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
48	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	41
49	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
50	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
51	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
57	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
58	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
59	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
60	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
61	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
64	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
65	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
66	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
67	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
69	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
74	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
75	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
76	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
77	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
80	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
81	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
82	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
83	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
84	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
85	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39

86	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
87	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
88	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
89	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
90	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
91	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	41
92	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	41
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
95	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
98	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
99	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
100	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
Jumlah	386	432	415	415	412	414	439	412	431	412	4168
									$\bar{x}$	41,68	
									s	3,51	

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui skor untuk keputusan pembelian adalah 4.168, dan skor idealnya adalah  $= 5 \times 10 \times 100 = 5.000$ , dimana 5 adalah skor tertinggi, 10 adalah jumlah pertanyaan dan 100 adalah jumlah responden. Dengan demikian nilai keputusan pembelian yang ditampilkan adalah  $4.168 : 5.000 = 83\%$ . Jadi nilai keputusan pembelian adalah 83% dari yang diharapkan.

Selanjutnya untuk pengujian hipotesis terlebih dahulu dihitung rata-rata skor idealnya adalah  $5.000 : 100 = 50$ . Untuk variabel keputusan pembelian, nilai yang dihipotesiskan adalah paling tinggi 82%, maka nilainya  $= 82\% \times 50 = 41$ . Selanjutnya hipotesis statistiknya dirumuskan sebagai berikut:

$H_0$  = tingkat keputusan pembelian lebih rendah atau sama dengan 82%

$H_a$  = tingkat keputusan pembelian lebih besar dari 82%

Rumusnya:

$$H_o = \mu \leq 82\% \leq 82\% \times 50 = 41$$

$$H_a = \mu > 82\% > 82\% \times 50 = 41$$

Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai t berdasarkan rumus t-test one sample berikut ini:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_o}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Dimana :  $\bar{x} = 41,68$

$$\mu_o = 41$$

Maka :

$$t = \frac{41,68 - 41}{\frac{3,51}{\sqrt{100}}} = 1,9373$$

Nilai t yang diperoleh dari perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel dengan derajat kebebasan (dk) =  $100 - 1 = 99$ , dan taraf kesalahan  $\alpha = 0,05$ ; maka diperoleh nilai t tabel = 1,660. Karena nilai t hitung 1,9373 lebih besar dari nilai t tabel 1,660 maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa *Tingkat Keputusan membeli masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare produk pangan mie instan paling tinggi 82% dari yang diharapkan* ditolak. Hal ini berdasarkan pembuktian nilai keputusan pembelian yang lebih tinggi dari 82%, yaitu 83%. Dengan kata lain, terdapat perbedaan nilai yang dihipotesiskan dalam populasi dengan nilai sampel dimana

dari sampel diketahui nilai rata-rata keputusan pembelian adalah 83% dari yang diharapkan.

### C. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel untuk *degree of freedom*  $d(f)=n -k$  dengan  $\alpha$  0.05. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Untuk hasil analisis dapat dilihat pada output uji reliabilitas pada bagian *corrected item total correlation*.

Dalam penelitian ini, untuk uji validitas dan reliabilitas disebarkan angket ke 30 responden diluar dari responden penelitian namun memiliki karakteristik yang sama dengan responden penelitian. Nilai  $r$  tabel dengan ketentuan  $df=N-2$   $(30-2) =28$  dan tingkat signifikansi sebesar 5% maka nilai  $r$  tabel yang diperoleh adalah 0.361.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

		item total			
VAR00001	Pearson Correlation	,729**	VAR00016	Pearson Correlation	,524**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30		N	30
VAR00002	Pearson Correlation	,595**	VAR00017	Pearson Correlation	,876**

	Sig. (2-tailed)	0,001		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00003	Pearson Correlation	,712**	VAR00018	Pearson Correlation	,593**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30		N	30
VAR00004	Pearson Correlation	,806**	VAR00019	Pearson Correlation	,524**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30		N	30
VAR00005	Pearson Correlation	,729**	VAR00020	Pearson Correlation	,876**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00006	Pearson Correlation	,700**	VAR00021	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00007	Pearson Correlation	,673**	VAR00022	Pearson Correlation	,609**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00008	Pearson Correlation	,609**	VAR00023	Pearson Correlation	,885**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00009	Pearson Correlation	,729**	VAR00024	Pearson Correlation	,876**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00010	Pearson Correlation	,876**	VAR00025	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00011	Pearson Correlation	,729**	VAR00026	Pearson Correlation	,876**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00012	Pearson Correlation	,885**	VAR00027	Pearson Correlation	,524**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,003

	N	30		N	30
VAR00013	Pearson Correlation	,473**	VAR00028	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,008		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00014	Pearson Correlation	,528**	VAR00029	Pearson Correlation	,729**
	Sig. (2-tailed)	0,003		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30
VAR00015	Pearson Correlation	,658**	VAR00030	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,000		Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30		N	30

Hasil uji validitas memperlihatkan bahwa nilai  $r$  hitung setiap indikator lebih besar dibandingkan dengan nilai dari  $r$  tabel. Dalam penelitian ini menggunakan 30 responden dengan alpha 0.05 maka diperoleh  $r$  tabel sebesar 0.361. Hal tersebut menunjukkan indikator dari variabel labelisasi halal dan keputusan pembelian dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten, atau stabil. Cara yang digunakan adalah antara lain dengan One shot atau pengukuran sekali saja, yaitu dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	
	.964

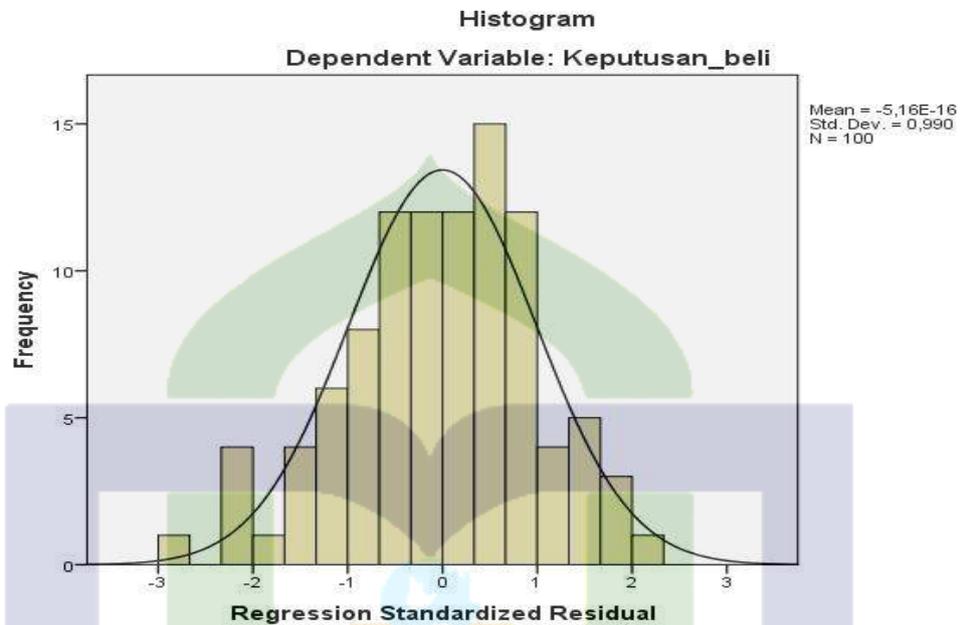
Berdasarkan hasil uji realibiliti dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), menunjukan bahwa *Cronbach Alpha*  $> 0.60$  yaitu  $0.964 > 0.60$ , hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel atau konsisten.

### 3. Uji Normalitas

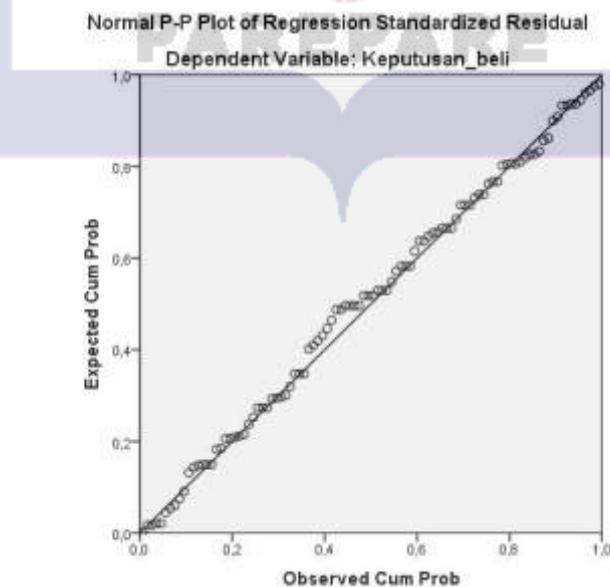
Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi tersebut, variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk model regresi yang baik digunakan data yang terdistribusi normal atau mendekati normal. Data dikatakan terdistribusi normal jika memenuhi asumsi normalitas data yaitu, data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi dikatakan tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali,2001).

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan histogram (Gambar 4.1) dan pendekatan normal probalility plot (Gambar 4.2) sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Berdasarkan pendekatan histogram (Gambar 4.1) kurva berbentuk lonceng atau distribusi data tidak melenceng ke kiri atau ke kanan. Ini berarti bahwa uji normalitas telah menunjukkan data telah terdistribusi normal.

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan *Normal Probability Plot*

Hasil uji normalitas dengan *Normal Probability Plot* (Gambar 4.2) menunjukkan titik-titik cenderung menyebar dekat dengan garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

#### 4. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas muncul karena kesalahan atau residual dari model yang diuji tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi yang lain. Untuk mengetahui adanya heterokedastisitas atau tidak, dapat dilakukan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser ini dilakukan dengan cara mendapatkan nilai residual RES dari regresi model awal, kemudian setelah didapatkan nilai residual RES tersebut diabsolutkan. Nilai absolut dari  $e_i$  kemudian diregresikan dengan model baru yaitu:  $Abs\_RES = b_1X_1 + v_i$ , dimana ini adalah unsur kesalahan dalam pengujian Glejser tersebut. Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.09 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Uji Glejser*

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-2,678	1,740		-1,539	,127
	Label_halal	,071	,045	,192	1,595	,114
	Pemahamanagama	,029	,046	,075	,624	,534

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		95,0% Confidence Interval for B		Correlations		
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-6,132	,776			
	Label_halal	-,017	,160	,235	,160	,157
	Pemahamanagama	-,063	,121	,185	,063	,061

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *sig.* pada variabel label halal yaitu sebesar 0,114 dan *sig.* pemahaman agama yaitu sebesar 0,534. Kedua nilai *sig.* tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

**5. Uji Multikolinearitas**

Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* kurang dari 0,1 dan VIF lebih dari sepuluh maka terindikasi suatu variabel terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Label_halal	,671	1,490
	Pemahamanagama	,671	1,490

Data Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai Tolerance sebesar 0,671 (lebih besar dari 0,1) dan nilai VIF sebesar 1,490 (lebih kecil dari sepuluh), maka dapat diasumsikan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

#### D. Uji Hipotesis Asosiatif

Dalam penelitian ini, uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk tujuan peramalan, dimana dalam model ini terdapat dua variabel bebas yaitu label halal dan pemahaman agama, dan satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Kriteria pengujiannya yaitu dengan melihat nilai signifikansi (*Sig*) pada setiap pengujian sebagaimana berikut:

##### 1. Uji Koefisien Determinan

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa besar sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin baik nilai koefisien determinasinya, maka semakin baik kemampuan variabel bebasnya menerangkan variabel terikatnya.

Tabel 4.11 Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	,836 <sup>a</sup>	,699	,692	1,949	,699	112,375

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	df1	df2	Sig. F Change	Change Statistics
1	2	97	,000	2,207

a. Predictors: (Constant), Pemahamanagama, Label\_halal

b. Dependent Variable: Keputusan\_beli

Berdasarkan Tabel 4.11 nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,699. Nilai tersebut berarti bahwa seluruh variabel bebas yaitu label halal dan pemahaman agama secara simultan atau bersama-sama berkontribusi terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 69,9%, sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

## 2. Uji Korelasi Pearson Product Moment

Uji korelasi *Pearson Product Moment* dilakukan untuk mengukur keeratan suatu hubungan linear antara dua variabel yang mempunyai distribusi normal. Apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel maka ada hubungan antara variabel. Dengan nilai signifikansi 0,01 diperoleh nilai  $r$  tabel sebesar 0,195.

Tabel 4.12 Uji Korelasi Pearson Product Moment

<b>Correlations</b>				
		Label_halal	Pemahamanagama	Keputusan_beli
Label_halal	Pearson Correlation	1	,573**	,779**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Pemahamanagama	Pearson Correlation	,573**	1	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Keputusan_beli	Pearson Correlation	,779**	,695**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai r hitung untuk variabel label halal dan keputusan pembelian adalah 0,779. Nilai r hitung lebih besar dari r table sehingga dapat diartikan bahwa ada hubungan antara variabel label halal dan variabel keputusan pembelian. Selanjutnya nilai r hitung untuk variabel pemahaman agama terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 0,695. Hal ini juga berarti bahwa ada hubungan antara variabel pemahaman agama dan keputusan pembelian. Demikian pula variabel label halal terhadap pemahaman agama, nilai r hitung nya sebesar 0,573. Ini juga berarti bahwa ada hubungan antara variabel halal dan pemahaman agama.

### 3. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji parsial adalah salah satu teknik pengujian untuk melihat apakah ada hubungan dan pengaruh signifikan antara satu variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 4.13 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,250	2,945		-,764	,447
	Label_halal	,631	,076	,567	8,329	,000
	Pemahamanagama	,426	,078	,370	5,437	,000

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		95,0% Confidence Interval for B		Correlations		
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-8,096	3,596			
	Label_halal	,481	,781	,779	,646	,464

Pemahamanagama	,270	,581	,695	,483	,303
----------------	------	------	------	------	------

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Label_halal	,671	1,490
	Pemahamanagama	,671	1,490

Dari data tabel 4.13 dapat dilihat nilai koefisien regresi t dan nilai signifikansi Sig. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda, diperoleh nilai t hitung untuk variabel label halal sebesar 8,329, lebih besar dari t tabel 1,983. Hal ini berarti bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Demikian pula untuk variabel pemahaman agama, nilai t hitung 5,437 lebih besar dari 1,983. Ini juga berarti bahwa variabel pemahaman agama berpengaruh terhadap positif terhadap keputusan pembelian.

#### 4. Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas label halal dan pemahaman agama secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel tak bebas keputusan pembelian.

Tabel 4.14 Uji Pengaruh Simultan dengan Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	853,429	2	426,715	112,375	,000 <sup>b</sup>
	Residual	368,331	97	3,797		
	Total	1221,760	99			

a. Dependent Variable: Keputusan\_beli

b. Predictors: (Constant), Pemahamanagama, Label\_halal

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui nilai F hitung sebesar 112,375 dan nilai F tabel = (k;n-k) dan diperoleh nilai 3,09. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka dapat diartikan bahwa variabel label halal dan variabel pemahaman agama secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain menggunakan nilai F, pengaruh simultan juga dapat dilihat dari besarnya nilai signifikansi yang diperoleh dibandingkan dengan tingkat signifikansi 0,05. Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai signifikasinya sebesar 0,000 lebih kecil apabila dibandingkan dengan 0,05. Karena nilai  $\text{sig} \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat diartikan bahwa label halal dan pemahaman agama secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian tentang tingkat pengetahuan masyarakat tentang label sertifikat halal, tingkat pemahaman keagamaan dan tingkat keputusan membeli masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare terhadap produk pangan mie instan menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mempunyai nilai berbeda-beda. Nilai tingkat pengetahuan tentang label sertifikat halal sebesar 85%, nilai tingkat pemahaman agama sebesar 80% dan nilai tingkat pengambilan keputusan pembelian yaitu sebesar 83%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masyarakat Soreang Kota Parepare memiliki tingkat pengetahuan tentang label sertifikat halal, pemahaman agama dan pengambilan keputusan yang baik.

Berdasarkan hasil regresi menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment diketahui bahwa nilai  $r$  hitung untuk variabel label halal dan keputusan pembelian adalah 0,779. Dengan nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  table (0,195) dapat diartikan bahwa ada hubungan antara variabel label halal dan variabel keputusan pembelian.

Salah satu fungsi utama label yaitu mengindikasikan tentang kandungan dari suatu produk.<sup>77</sup> Label halal sendiri merupakan keterangan bahwa produk tertentu tidak mengandung babi, daging dari hewan yang halal, dan alkohol, serta tata cara pengolahannya diatur sesuai syariat Islam.<sup>78</sup> Oleh karena itu label halal dapat menjadi sumber informasi tentang kehalalan produk menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam tahap penilaian akhir sebelum memutuskan membeli suatu produk.<sup>79</sup> Dengan demikian pengetahuan tentang label halal suatu produk yang mengindikasikan tentang kandungannya yang halal sesuai syariat Islam memiliki keterkaitan dengan perilaku masyarakat dalam membeli suatu produk pangan.

Hubungan yang positif dan signifikan antara label halal dan variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa adanya keterangan halal pada produk yang dijual mempunyai arti yang penting bagi masyarakat khususnya masyarakat muslim dalam memilih membeli dan mengkonsumsi yang halal.

---

<sup>77</sup> Phillip Kotler dan Kevill Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Terj. Bob Sabran Edisi ke XII*, h. 4.

<sup>78</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan

<sup>79</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 14.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tengku Putri Lindang tentang pengaruh label halal terhadap pembelian sosis di Kuala Simpang, dimana label halal merupakan elemen penting dalam sebuah produk yang memberikan pengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam membeli produk.<sup>80</sup>

Selain itu, hasil penelitian tersebut juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sandi, dkk bahwa keterangan halal pada produk yang dijual di Indonesia mempunyai arti penting dan dimaksudkan untuk melindungi masyarakat yang beragama Islam agar terhindar dari melakukan pengkonsumsian produk makanan yang haram.<sup>81</sup>

Selain menunjukkan hubungan label halal dan keputusan pembelian, uji korelasi Pearson Product Moment juga menunjukkan nilai  $r$  hitung untuk variabel pemahaman agama terhadap variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 0,695 lebih besar dari  $r$  tabel 0,195. Hal ini juga berarti bahwa ada hubungan antara variabel pemahaman agama dan keputusan pembelian.

Salah satu dimensi dari pemahaman agama adalah pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran agama yang dianutnya meliputi seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa baik pelaksanaan ibadah dan kaidah serta penghayatan atas agama yang dianutnya.<sup>82</sup> Pengetahuan agama yang disertai dengan penghayatan ajaran agama dalam menjalankan aktifitas juga

---

<sup>80</sup>Tengku Putri Lindang Bulan, "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang" *Jurnal Manajemen dan Keuangan* (Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, VOL.5, NO.1, 2016), h. 438.

<sup>81</sup>Aris Setyawan Prima Sandi, Marsudi, Dedy Rahmawanto, "Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Minuman Berenergi" *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 1 No. 2, 2011, h. 142.

<sup>82</sup> Fuad Nashori dan Rachmy Diana, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Yogyakarta: Menara Kudus, 2002), hal. 28.

mencerminkan tingkat pemahaman agama seseorang.<sup>83</sup> Dalam perspektif psikologi, pemahaman agama merupakan salah satu unsur budaya yang ikut berperan dalam perilaku manusia termasuk perilaku dalam mengkonsumsi produk makanan.<sup>84</sup> Dalam keterkaitan ini, dapat dinyatakan bahwa seseorang muslim yang memiliki pemahaman agama yang baik akan menumbuhkan perilaku yang baik termasuk perilaku konsumsinya. Semakin tinggi tingkat pemahaman agamanya, maka semakin selektif pula dalam pengambilan keputusan pembelinya terhadap produk pangan. Dengan kata lain, tingkat pemahaman agama berupa akhlak atau keyakinan akan kebenaran ajaran Islam dan pengamalannya dalam kehidupan sehari-hari turut berperan dalam memilih, membeli dan mengkonsumsi produk pangan yang halal berupa mie instan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Shovi Sadzalia (2015) tentang pengaruh label halal dan religiusitas terhadap pembelian produk kosmetik di Kota Malang. Dalam penelitiannya dia menyimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan agama dan religiusitas terhadap keputusan pembelian.

Uji korelasi Person Product Moment dapat pula digunakan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel bebas dalam penelitian. Dari uji statistik diketahui nilai  $r$  hitung variabel label halal terhadap pemahaman agama sebesar 0,573 lebih besar dari  $r$  tabel 0,195. Ini berarti bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara variabel halal dan pemahaman agama. Hal ini juga

---

<sup>83</sup> Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori, *Psikologi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008, hal. 23.

<sup>84</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 14

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shovi Sadzalia (2015), dimana diketahui bahwa tingkat religiusitas responden juga berhubungan adanya kepedulian terhadap label halal suatu produk yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk tersebut.

Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel label sertifikat halal dan tingkat pemahaman agama secara simultan dengan keputusan membeli, peneliti menggunakan uji determinan R. Berdasarkan Tabel 4.11, diperoleh nilai koefisien determinasi R sebesar 0,836. Nilai ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara semua variabel bebas dengan variabel terikat adalah sangat kuat. Sedangkan nilai  $R^2$  sebesar 0,699 atau 69,9% menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu label halal dan pemahaman agama secara simultan atau bersama-sama memiliki kontribusi sebesar 69,9% terhadap variabel keputusan pembelian, sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil pengujian pada tabel 4.14 diperoleh nilai F hitung sebesar 112,375 dengan nilai F tabel sebesar 3,09. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka dapat diartikan bahwa variabel label halal dan variabel pemahaman agama secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Tabel 4.14 juga menunjukkan bahwa nilai signifikasinya sebesar 0,000 lebih kecil apabila dibandingkan dengan 0,05. Karena nilai  $\text{sig} \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa label halal dan pemahaman agama secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tri Widodo yang menunjukkan bahwa label halal memiliki arti yang sangat penting sebagai acuan masyarakat muslim agar terhindar dari membeli produk makanan yang haram.<sup>85</sup> Penelitian Purnasari, dkk menunjukkan bahwa semakin tinggi religiositas berpengaruh terhadap semakin tingginya minat masyarakat membeli produk halal.<sup>86</sup>



---

<sup>85</sup>Tri Widodo, "Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie" *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015, h. 58.

<sup>86</sup>Purnasari, N., Hasyim, F., & Sabarisman, I, "Menilai Tingkat Religiositas dan Pengetahuan pada Perilaku Beli Generasi Muda Terhadap Produk Pangan Halal" *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6(2), 57-68, 2018.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. *Simpulan*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis deskriptif tentang seberapa baik tingkat pengetahuan tentang label sertifikat halal masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare dengan menggunakan rumus t-test one sample menunjukkan bahwa nilai t hitung  $-1,0126$  lebih kecil dari nilai t tabel  $1,660$ . Dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai pengetahuan tentang label sertifikat halal masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare adalah  $85\%$  dari yang diharapkan.
2. Hasil uji hipotesis deskriptif tentang seberapa baik tingkat pemahaman keagamaan masyarakat Kecamatan Soreang Kota Parepare dengan menggunakan rumus t-test one sample menunjukkan bahwa nilai t hitung  $-8,4262$  lebih kecil dari nilai t tabel  $1,660$ . Dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai pemahaman agama masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare adalah  $80\%$  dari yang diharapkan.
3. Hasil uji hipotesis deskriptif tentang seberapa baik keputusan membeli produk pangan mie instan di Kecamatan Soreang Kota Parepare dengan menggunakan rumus t-test one sample menunjukkan bahwa nilai t hitung  $1,9373$  lebih besar

dari nilai  $t$  tabel 1,660. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai keputusan pembelian masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare adalah 83% dari yang diharapkan.

4. Berdasarkan hasil regresi menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment diketahui bahwa nilai  $r$  hitung untuk variabel label halal dan keputusan pembelian adalah 0,779. Dengan nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  table (0,195) dapat diartikan bahwa ada hubungan antara variabel label halal dan variabel keputusan pembelian. Hubungan yang positif dan signifikan antara label halal dan variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa adanya keterangan halal pada produk yang dijual mempunyai arti yang penting bagi masyarakat khususnya masyarakat muslim dalam memilih membeli dan mengkonsumsi yang halal.
5. Uji korelasi Pearson Product Moment juga menunjukkan nilai  $r$  hitung untuk variabel pemahaman agama terhadap variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 0,695 lebih besar dari  $r$  tabel 0,195. Hal ini juga berarti bahwa ada hubungan antara variabel pemahaman agama dan keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat pemahaman agamanya, maka semakin selektif pula dalam pengambilan keputusan pembeliannya terhadap produk pangan.
6. Uji korelasi Person Product Moment dapat pula digunakan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel bebas dalam penelitian. Dari uji statistik diketahui nilai  $r$  hitung variabel label halal terhadap pemahaman agama sebesar 0,573 lebih besar dari  $r$  tabel 0,195. Ini berarti bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara variabel label halal dan variabel pemahaman

agama. Tingkat pemahaman agama yang baik menunjukkan adanya kepedulian terhadap label halal suatu produk yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk tersebut.

7. Berdasarkan hasil uji determinan R diperoleh nilai koefisien determinasi R sebesar 0,836. Nilai ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara semua variabel bebas dengan variabel terikat adalah sangat kuat. Sedangkan nilai  $R^2$  sebesar 0,699 atau 69,9% menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu label halal dan pemahaman agama secara simultan atau bersama-sama memiliki kontribusi sebesar 69,9% terhadap variabel keputusan pembelian, sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh faktor lain.
8. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikasinya sebesar 0,000 lebih kecil apabila dibandingkan dengan 0,05. Karena nilai  $\text{sig} \leq \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa label halal dan pemahaman agama secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dengan mempertimbangkan adanya hubungan dan pengaruh label sertifikat halal terhadap perilaku konsumen dalam membeli produk pangan mie instan, maka diharapkan produsen atau perusahaan berperan aktif mencantumkan label halal pada produk serta selalu memperbaharui sertifikat kehalalannya secara berkala untuk menjaga kepercayaan konsumen.

2. Pemerintah seharusnya bekerja sama dengan LPPOM MUI dan pakar-pakar kesehatan untuk mendidik masyarakat tentang pentingnya mengkonsumsi makanan yang sehat dan halal khususnya pada kelompok masyarakat dengan tingkat pemahaman agama yang masih rendah.



## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Kariim

Abdullah, Thamrin, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2013.

Alfian, Ian dan Muslim Marpaung “Analisis Pengaruh Label Halal, *Brand* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan” *Jurnal Penelitian, At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 1, 2017.

Anas, Yusuf, *Manajemen Pembelajaran dan Instruksi Pendidikan*, Yogyakarta: IRCiSoD, 2009.

Ancok, D., & Nashori, F. *Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Anggrahini, Sri, *Kemanan Pangan*, Yogyakarta: PT. Kanisius, 2015.

Denziana, Angrita Indrayenti Ferdinan Fatah , Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return , *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Volume 5, Nomor 2, 2014.

Dermawan, Rizky, *Pengambilan Keputusan : Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2016.

Fahmi, Irham *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan: Kualitatif dan Kuantitatif*, Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Faridah, Anni dkk, *Ilmu Bahan Makanan Bersumber dari Nabati*, Jakarta: Gifari Prasetama, 2013.

Firmansyah, M. Anang, *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*, Surabaya: Qiara Media, 2019.

Gunawan, Ce, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengelola Data dengan IMB SPSS Statistic 25)*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Griffin, Ricky W. 2004. *Manajemen, Terj.* Jakarta: Erlangga, 2004.

Hayani, Nurrahmi “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumahtangga Muslim di Pekanbaru” *Jurnal Al-Amwal*, Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial Uin Suska Riau, Vol. 8, No. 1, 2019.

Hasan, Ali. *Marketing*, Yogyakarta: Media pressindo, 2009.

Kartajaya, H., & Sula, M.S., *Syariah Marketing*, Bandung: Penerbit Mizan, 2016.

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Our'an Kemenag in Microsoft Word, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an*, 2019.

- Konoras, Abdurrahman *Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Kotler, Phillip dan Kevil Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Terj. Bob Sabran Edisi ke XII*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Lindung, Tengku Putri Bulan, “Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang” *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, VOL.5, NO.1, 2016.
- Nashori, F., & Diana, R. *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*. Yogyakarta: Menara Kudus. 2002
- Nugroho, Eko. *Sistem Informasi Manajemen: Konsep Aplikasi dan Perkembangannya*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.
- Priyastama, Romie, *The Book of SPSS: Analisis dan Pengolahan Data*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Puriyatno, Duwi, *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*, Yogyakarta: Andi, 2018.
- Purnasari, N., Hasyim, F., & Sabarisman, I, “Menilai Tingkat Religiositas dan Pengetahuan pada Perilaku Beli Generasi Muda Terhadap Produk Pangan Halal” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6(2), 57-68, 2018.
- Pusat Data dan Analisa Tempo, “Kebijakan Pemerintah Indonesia terkait Sertifikat Halal” *Tempo Publishing* E-ISBN 978-623-207-062-2.
- Ruqoyyah, Siti Sukma Murni dan Linda, *Kemampuan Pemahaman Konsep dan Resiliensi Matematika dengan VBA Microsoft Excel*, Purwakarta: CV. Tre Alea Jacta Pedagogie, 2020.
- Sadzalia, Shovi, “Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Kota Malang” *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2015.
- Santoso, Singgih, *Statistik Multivariate*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.
- Segati, Ahda “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Indonesia, Volume 3, Nomor 2, 2018.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2003.

- Siagian, Dergibson dan Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000. Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Siregar, Syofian, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*.
- \_\_\_\_\_. *Statistik Parametrik untuk penelitian Kuantitatif*. Cet. III; Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Sufren & Natanael Y., *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*, Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2014.
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2002.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Surono, Ingrid Suryanti Agus Sudibyo, dan Priyo Waspodo, *Pengantar Keamanan Pangan untuk Industri Pangan*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah STAIN Parepare*.
- Umar, Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Widodo, Tri, "Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie" *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- Yuniarti, Vinna Sri *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- \_\_\_\_\_. *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2016.
- Zulham, *Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*, Jakarta Timur, Kencana, 2018.



## Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	No. Pernyataan
1	Label Sertifikat Halal (X <sub>1</sub> )	1) Logo halal	1,2,3
		2) Tulisan penjelasan halal	4,5,6
		3) Kombinasi gambar dan tulisan	
		4) Bentuk lainnya yang disertakan dalam pangan	7,8, 9,10
2	Tingkat Pemahaman Agama (X <sub>2</sub> )	1) Akidah	1,2
		2) Syariah	3,4
		3) Akhlak	
		4) Pengetahuan Agama	5,6
		5) Penghayatan	7,8 9,10
3	Keputusan Pembelian Pangan Mie Instan(Y)	1) Mengenali Kebutuhan	1,2
		2) Pencarian informasi	3,4
		3) Evaluasi	
		4) Keputusan Pembelian	5,6
		5) Perilaku pasca pembelian	7,8 9,10

## Lampiran 2 Instrumen Penelitian

**INSTRUMEN PENELITIAN****A. Petunjuk Pengisian Angket**

1. Tulislah identitas terlebih dahulu pada kolom yang telah disediakan.
2. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat
3. Pilihlah salah satu jawaban dari pernyataan-pernyataan yang tersedia dengan memberikan tanda centang (√) dengan ketentuan sebagai berikut:

SS : Jika Anda Sangat Setuju dengan pernyataan

S : Jika Anda Setuju dengan pernyataan

N : Jika Anda Netral dengan pernyataan

TS : Jika Anda Tidak Setuju dengan pernyataan

STS : Jika Anda Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan

**B. Identitas Responden**

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki  Perempuan

Pendidikan Terakhir :

Agama :

### DAFTAR PERNYATAAN

GAMBAR	NO	PERNYATAAN	NILAI/SKOR				
			SS	S	N	TS	STS
		<b>Label Sertifikat Halal (X<sub>1</sub>)</b>	5	4	3	2	1
	1	Saya memperhatikan gambar seperti di samping pada saat mencari mie instan di toko atau mini market					
	2	Saya memperhatikan gambar di samping pada saat memilih mie instan di toko atau mini market					
	3	Saya lebih memilih mie instan yang ada gambarnya seperti di samping daripada yang tidak ada gambarnya					
	4	Saya memutuskan membeli produk mie instan yang ada gambar seperti di samping					
	5	Adanya tulisan “Halal” pada gambar di samping sebagai penegas bahwa produk mie instan yang memiliki label tersebut aman dikonsumsi oleh Muslim.					
	6	Tulisan “Halal” dalam logo resmi MUI seperti di samping, berupa tulisan latin dan Arab menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk mie instan					
	7	Dalam label sertifikat halal yang					



dikeluarkan secara resmi oleh MUI seperti di bawah terdapat gambar dan tulisan yang menyatakan bahwa produk mie instan telah melalui uji halal konsumsi



8 Dalam label halal resmi MUI seperti di samping terdapat kombinasi gambar dan tulisan Arab dalam lingkaran hijau mempermudah saya dalam membeli produk mie instan



9 Saya mengetahui gabungan gambar dan tulisan di bawah adalah label resmi halal dari MUI yang meyakinkan saya akan kehalalan produk



10 Label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI berisi tulisan Arab seperti di samping melingkar dengan kalimat "Majelis Ulama Indonesia" meyakinkan saya akan mutu produk

SS S N TS STS

**Tingkat Pemahaman Agama (X<sub>2</sub>)**

5 4 3 2 1

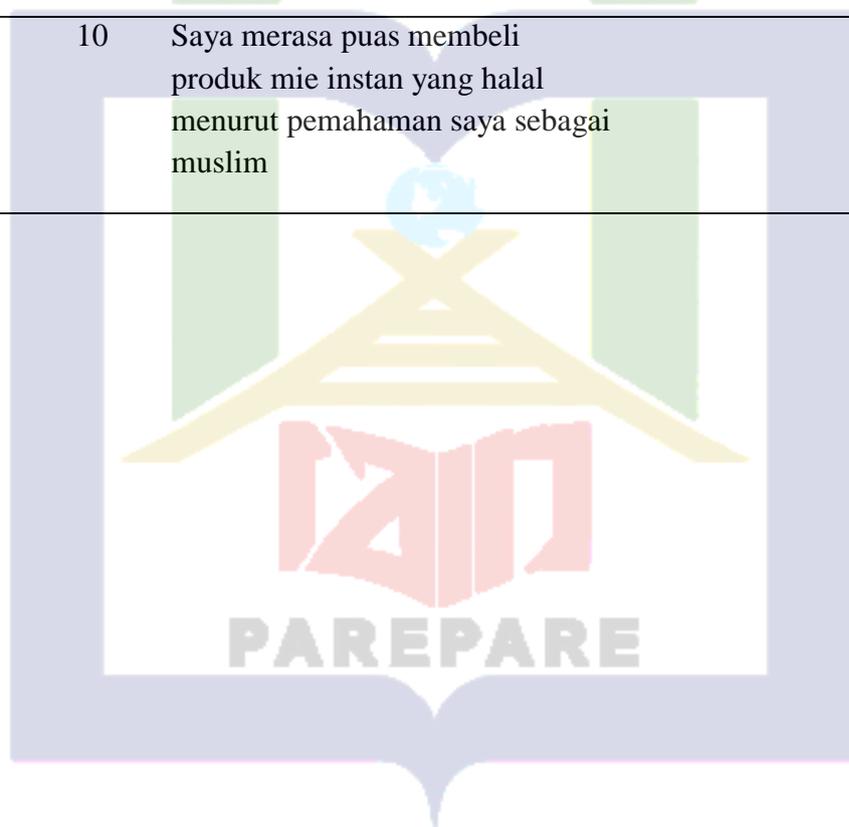
1 Saya meyakini bahwa Agama Islam sebagai rahmat bagi umat manusia mencegah pemeluknya mengkonsumsi makanan haram, termasuk mie instan yang haram

2 Saya memahami bahwa diutusnnya Nabi Muhammad saw sebagai teladan bagi umat Muslim memberi contoh untuk tidak

	mengonsumsi produk yang haram, termasuk mie instan haram
3	Saya memahami bahwa syariat Islam melarang mengonsumsi makanan yang mengandung unsur babi, bangkai, alkohol dan darah.
4	Saya memahami bahwa mengonsumsi makanan yang mengandung unsur haram akan menimbulkan kemudharatan bagi seorang Muslim
5	Saya membiasakan diri pribadi untuk mengonsumsi produk, termasuk produk mie instan yang memiliki label halal
6	Saya memahami bahwa Islam menekankan seorang Muslim untuk mengonsumsi makanan yang terjamin kehalalannya, termasuk makanan mie instan
7	Saya sebagai Muslim tahu untuk lebih berhati-hati dalam mengonsumsi makanan dan minuman, termasuk produk mie instan
8	Pengetahuan agama yang baik akan menghindarkan diri dari mengonsumsi makanan/minuman yang tidak halal
9	Ajaran Islam tentang konsumsi harus dihayati dan diamalkan, supaya seorang Muslim hanya

	membeli dan mengkonsumsi produk- produk yang halal dan toyyiban					
10	Semakin dalam penghayatan agama yang dianut oleh seseorang akan membuat pola konsumsinya akan lebih baik.					
		SS	S	N	TS	STS
	<b>Keputusan Pembelian Produk Pangan Mie Instan(Y)</b>	5	4	3	2	1
1	Saya memperhatikan gambar logo halal pada saat membutuhkan produk mie instan					
2	Saya butuh produk mie instan yang halal karena sesuai dengan ajaran Islam					
3	Saya memperhatikan gambar logo halal pada saat mencari produk mie instan di toko atau minimarket					
4	Saya mencari produk mie instan yang halal menurut pemahaman saya sebagai muslim					
5	Saya lebih memilih mie instan yang ada gambar logo halalnya daripada yang tidak ada gambar logo halalnya					
6	Saya memilih mie instan yang halal karena sesuai dengan kepribadian saya sebagai seorang muslim					

7	Saya merasa yakin dalam membeli produk mie instan yang ada gambar logo halalnya
8	Saya memutuskan membeli produk mie instan yang halal menurut pemahaman saya sebagai muslim
9	Saya selalu membeli produk mie instan yang ada gambar logo halalnya
10	Saya merasa puas membeli produk mie instan yang halal menurut pemahaman saya sebagai muslim



## Lampiran 3 Uji Validitas

## Correlations

		Skortotal
VAR00001	Pearson Correlation	,729**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00002	Pearson Correlation	,595**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
VAR00003	Pearson Correlation	,712**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00004	Pearson Correlation	,806**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00005	Pearson Correlation	,729**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00006	Pearson Correlation	,700**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00007	Pearson Correlation	,673**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00008	Pearson Correlation	,609**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00009	Pearson Correlation	,729**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00010	Pearson Correlation	,876**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00011	Pearson Correlation	,729**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00012	Pearson Correlation	,885**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00013	Pearson Correlation	,473**
	Sig. (2-tailed)	0,008
	N	30
VAR00014	Pearson Correlation	,528**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30

VAR00015	Pearson Correlation	,658**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00016	Pearson Correlation	,524**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
VAR00017	Pearson Correlation	,876**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00018	Pearson Correlation	,593**
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30
VAR00019	Pearson Correlation	,524**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
VAR00020	Pearson Correlation	,876**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00021	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00022	Pearson Correlation	,609**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00023	Pearson Correlation	,885**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00024	Pearson Correlation	,876**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00025	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00026	Pearson Correlation	,876**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00027	Pearson Correlation	,524**
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
VAR00028	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00029	Pearson Correlation	,729**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
VAR00030	Pearson Correlation	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,000

	N	30
Skortotal	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

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

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



## Lampiran 4 Uji Reliabilitas

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	122,27	186,685	0,709	0,962
VAR00002	122,37	187,895	0,564	0,963
VAR00003	122,30	187,252	0,691	0,962
VAR00004	122,13	184,602	0,790	0,962
VAR00005	122,27	186,685	0,709	0,962
VAR00006	122,10	188,645	0,681	0,963
VAR00007	122,07	188,961	0,653	0,963
VAR00008	122,30	188,907	0,582	0,963
VAR00009	122,27	186,685	0,709	0,962
VAR00010	122,43	178,185	0,861	0,961
VAR00011	122,27	186,685	0,709	0,962
VAR00012	122,40	177,628	0,870	0,961
VAR00013	122,20	191,338	0,442	0,964
VAR00014	121,87	191,430	0,502	0,964
VAR00015	122,30	187,114	0,632	0,963
VAR00016	122,30	188,769	0,488	0,964
VAR00017	122,43	178,185	0,861	0,961
VAR00018	122,33	187,678	0,561	0,963
VAR00019	122,30	188,769	0,488	0,964
VAR00020	122,43	178,185	0,861	0,961
VAR00021	122,50	187,017	0,594	0,963
VAR00022	122,30	188,907	0,582	0,963
VAR00023	122,40	177,628	0,870	0,961
VAR00024	122,43	178,185	0,861	0,961
VAR00025	122,50	187,017	0,594	0,963
VAR00026	122,43	178,185	0,861	0,961
VAR00027	122,30	188,769	0,488	0,964
VAR00028	122,50	187,017	0,594	0,963
VAR00029	122,27	186,685	0,709	0,962
VAR00030	122,50	187,017	0,594	0,963

## Lampiran 5 Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

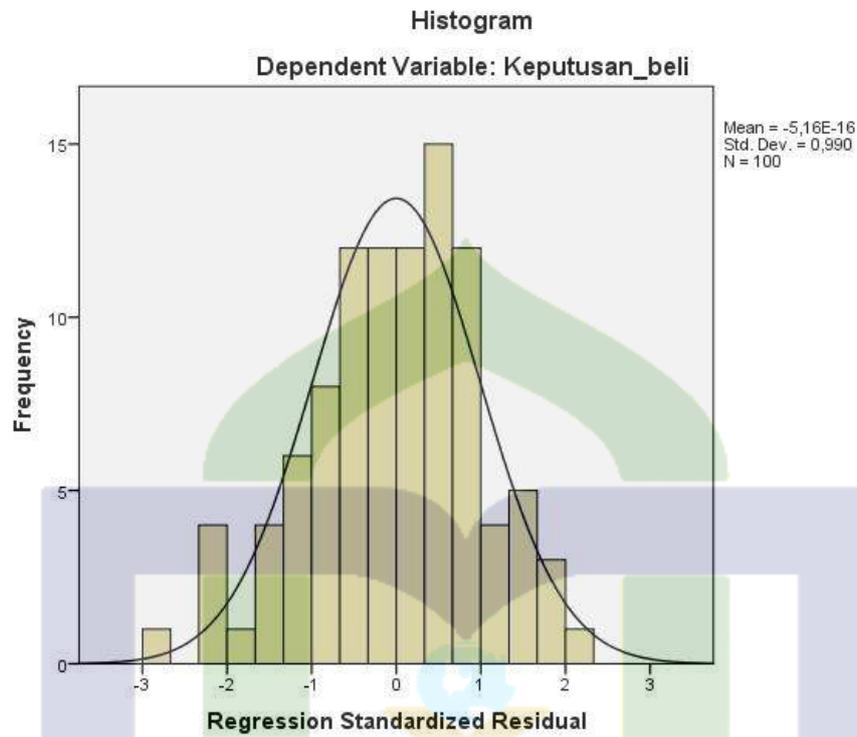
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,92886277
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,035
	Negative	-,068
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

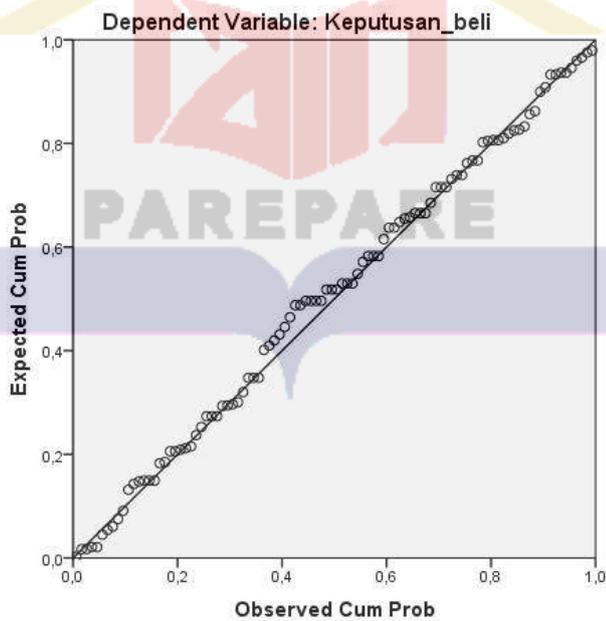
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Lampiran 6 Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,678	1,740		-1,539	,127
	Label_halal	,071	,045	,192	1,595	,114
	Pemahamanagama	,029	,046	,075	,624	,534

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		95,0% Confidence Interval for B		Correlations		
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-6,132	,776			
	Label_halal	-,017	,160	,235	,160	,157
	Pemahamanagama	-,063	,121	,185	,063	,061

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Label_halal	,671	1,490
	Pemahamanagama	,671	1,490

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Lampiran 7 Uji Korelasi Pearson Product Moment

## Correlations

		Label_halal	Pemahamanagama	Keputusan_beli
Label_halal	Pearson Correlation	1	,573**	,779**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Pemahamanagama	Pearson Correlation	,573**	1	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Keputusan_beli	Pearson Correlation	,779**	,695**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

## Lampiran 8 Uji Multikolinearitas

**Correlations**

		Keputusan_beli	Label_halal	Pemahamanagama
Pearson Correlation	Keputusan_beli	1,000	,779	,695
	Label_halal	,779	1,000	,573
	Pemahamanagama	,695	,573	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan_beli	.	,000	,000
	Label_halal	,000	.	,000
	Pemahamanagama	,000	,000	.
N	Keputusan_beli	100	100	100
	Label_halal	100	100	100
	Pemahamanagama	100	100	100

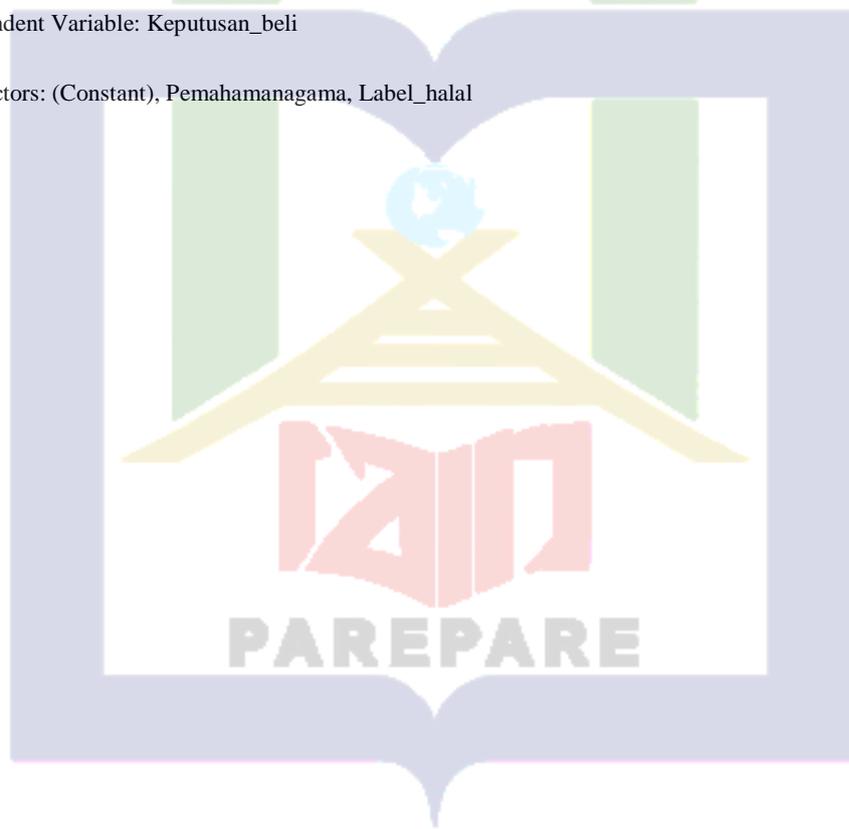
## Lampiran 9 Uji Pengaruh Simultan F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	853,429	2	426,715	112,375	,000 <sup>b</sup>
	Residual	368,331	97	3,797		
	Total	1221,760	99			

a. Dependent Variable: Keputusan\_beli

b. Predictors: (Constant), Pemahamanagama, Label\_halal



Lampiran 10 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	,836 <sup>a</sup>	,699	,692	1,949	,699	112,375

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics		
	df1	df2	Sig. F Change
1	2	97	,000

a. Predictors: (Constant), Pemahamanagama, Label\_halal

b. Dependent Variable: Keputusan\_beli

## Lampiran 11 Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-2,250	2,945		-,764	,447
	Label_halal	,631	,076	,567	8,329	,000
	Pemahamanagama	,426	,078	,370	5,437	,000

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		95,0% Confidence Interval for B		Correlations		
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-8,096	3,596			
	Label_halal	,481	,781	,779	,646	,464
	Pemahamanagama	,270	,581	,695	,483	,303

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Label_halal	,671	1,490
	Pemahamanagama	,671	1,490

a. Dependent Variable: Keputusan\_beli



21	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	2	4	5	4	5	2	4	5	2	4	4	2	2	4	2	5	4	4	4	4	111
22	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	129
23	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	135
24	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125
25	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	132
26	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	132
27	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	132
28	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	3	4	5	3	5	3	4	132
29	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	143
30	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	105



MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

## Lampiran 13 Tabel Rekapitulasi Nilai Angket 100 Responden

Tabel Rekapitulasi Nilai Angket 100 Responden

Label Sertifikat Halal (X1)												Tingkat Pemahaman Agama (X2)										Keputusan Pembelian Produk Pangan Mie Instan(Y)											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	jml	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	jml	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	skor total	
NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	55	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	jml
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	39	5	4	3	3	3	3	4	3	4	3	35
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	37	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	34
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37	
6	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	38	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	36
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	45
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	3	3	4	2	3	2	2	3	30	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	32
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	41	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	41	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	36	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	43	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48	
15	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	42	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
16	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	44	5	5	5	4	3	4	5	3	5	3	42
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
18	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43

19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	42	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	
20	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	43	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48	
21	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	39	5	5	4	3	4	5	2	4	5	2	39	4	4	2	2	4	2	5	4	4	4	35
22	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
23	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	43
24	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	38	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
25	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	44	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43
26	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
27	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	45	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	40	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	43
28	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	40	3	5	4	4	3	4	5	3	5	3	39
29	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
30	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	37	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	36
31	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	42	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
32	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	36	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
33	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
35	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	5	4	4	3	3	5	4	5	5	4	42	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
36	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	42	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
39	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	36	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	38
40	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	42	3	5	5	5	5	5	5	4	5	47	
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46	4	3	4	3	3	5	4	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
43	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	41	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	39	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
44	5	5	4	3	4	3	4	5	4	4	41	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41



LIBRARY OF STATE TECHNICAL UNIVERSITY PAREPARE

45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	40
46	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	43	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
48	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44	4	2	4	2	3	4	4	5	5	4	37	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	41
49	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	45	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
50	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	38	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
51	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	33	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	45	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	42	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4	43	4	3	4	3	3	5	4	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
57	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	44	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
58	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	45	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	41	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
59	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
60	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	41	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
61	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	42	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
64	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	45	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
65	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45	4	3	4	3	2	5	5	5	5	5	41	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
66	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	41	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
67	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
68	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	40	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	38	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
69	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40



LIBRARY OF STATE TECHNICAL COLLEGE PAREPARE

71	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	32	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
74	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
75	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	44	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
76	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	5	4	4	3	2	5	4	5	5	4	41	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
77	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	42	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	4	3	4	3	3	5	4	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
81	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
82	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	44	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
83	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
84	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	45	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42	
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
87	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
88	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43	5	5	5	2	3	4	4	5	5	4	42	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
89	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
90	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45	4	3	3	3	2	5	5	5	5	5	40	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
91	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43	3	4	4	3	2	4	4	5	5	4	38	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	41
92	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	4	3	3	3	3	5	4	5	5	4	39	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	41
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43	4	4	5	2	4	4	4	5	5	4	41	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
95	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40



LIBRARY OF STATE TECHNICAL UNIVERSITY PAREPARE

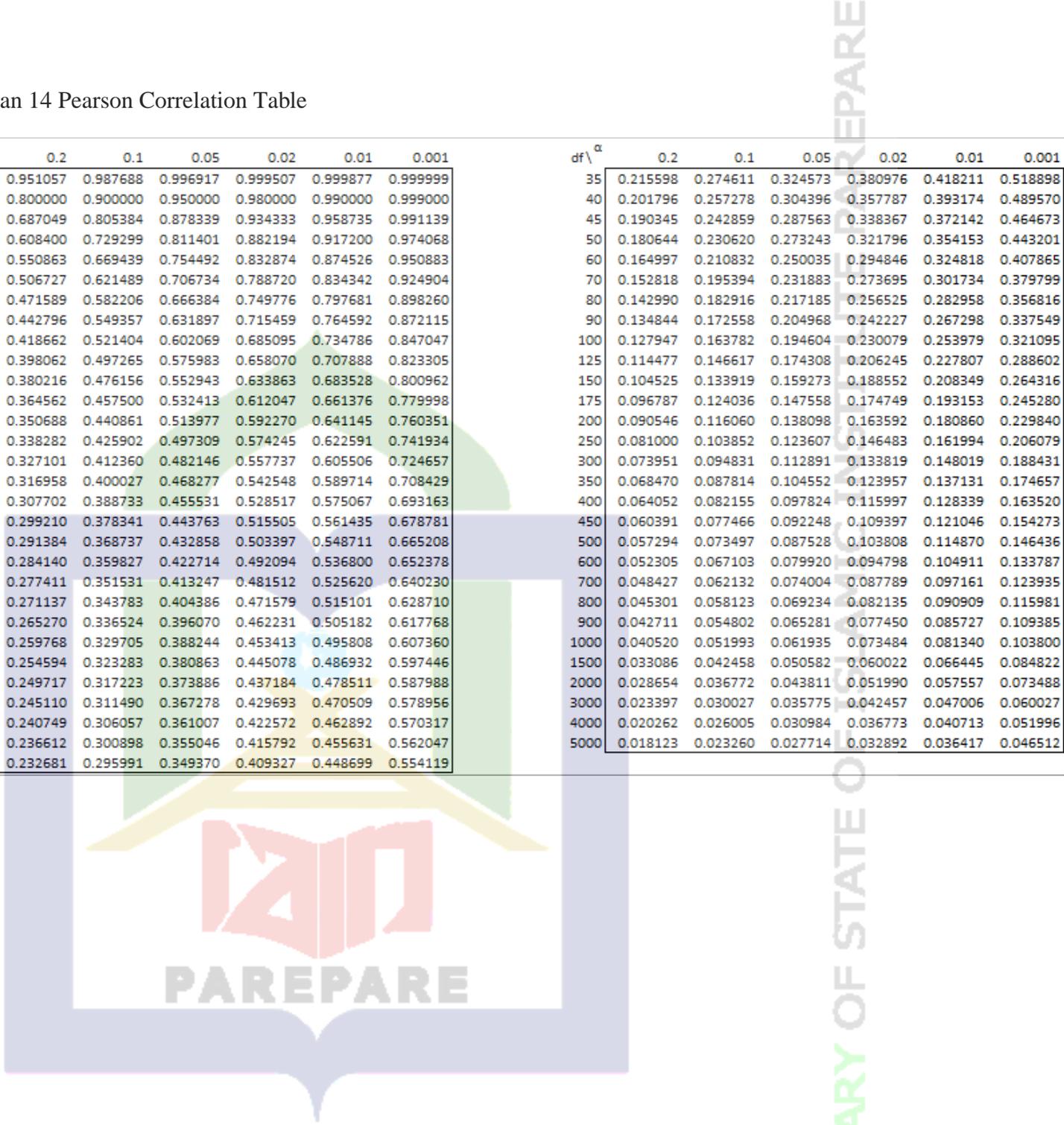
97	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	43	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
98	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	45	5	4	4	3	3	5	4	5	5	4	42	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
99	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	42	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
100	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41



MINISTRY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 14 Pearson Correlation Table

df \ $\alpha$	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001	df \ $\alpha$	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.951057	0.987688	0.996917	0.999507	0.999877	0.999999	35	0.215598	0.274611	0.324573	0.380976	0.418211	0.518898
2	0.800000	0.900000	0.950000	0.980000	0.990000	0.999000	40	0.201796	0.257278	0.304396	0.357787	0.393174	0.489570
3	0.687049	0.805384	0.878339	0.934333	0.958735	0.991139	45	0.190345	0.242859	0.287563	0.338367	0.372142	0.464673
4	0.608400	0.729299	0.811401	0.882194	0.917200	0.974068	50	0.180644	0.230620	0.273243	0.321796	0.354153	0.443201
5	0.550863	0.669439	0.754492	0.832874	0.874526	0.950883	60	0.164997	0.210832	0.250035	0.294846	0.324818	0.407865
6	0.506727	0.621489	0.706734	0.788720	0.834342	0.924904	70	0.152818	0.195394	0.231883	0.273695	0.301734	0.379799
7	0.471589	0.582206	0.666384	0.749776	0.797681	0.898260	80	0.142990	0.182916	0.217185	0.256525	0.282958	0.356816
8	0.442796	0.549357	0.631897	0.715459	0.764592	0.872115	90	0.134844	0.172558	0.204968	0.242227	0.267298	0.337549
9	0.418662	0.521404	0.602069	0.685095	0.734786	0.847047	100	0.127947	0.163782	0.194604	0.230079	0.253979	0.321095
10	0.398062	0.497265	0.575983	0.658070	0.707888	0.823305	125	0.114477	0.146617	0.174308	0.206245	0.227807	0.288602
11	0.380216	0.476156	0.552943	0.633863	0.683528	0.800962	150	0.104525	0.133919	0.159273	0.188552	0.208349	0.264316
12	0.364562	0.457500	0.532413	0.612047	0.661376	0.779998	175	0.096787	0.124036	0.147558	0.174749	0.193153	0.245280
13	0.350688	0.440861	0.513977	0.592270	0.641145	0.760351	200	0.090546	0.116060	0.138098	0.163592	0.180860	0.229840
14	0.338282	0.425902	0.497309	0.574245	0.622591	0.741934	250	0.081000	0.103852	0.123607	0.146483	0.161994	0.206079
15	0.327101	0.412360	0.482146	0.557737	0.605506	0.724657	300	0.073951	0.094831	0.112891	0.133819	0.148019	0.188431
16	0.316958	0.400027	0.468277	0.542548	0.589714	0.708429	350	0.068470	0.087814	0.104552	0.123957	0.137131	0.174657
17	0.307702	0.388733	0.455531	0.528517	0.575067	0.693163	400	0.064052	0.082155	0.097824	0.115997	0.128339	0.163520
18	0.299210	0.378341	0.443763	0.515505	0.561435	0.678781	450	0.060391	0.077466	0.092248	0.109397	0.121046	0.154273
19	0.291384	0.368737	0.432858	0.503397	0.548711	0.665208	500	0.057294	0.073497	0.087528	0.103808	0.114870	0.146436
20	0.284140	0.359827	0.422714	0.492094	0.536800	0.652378	600	0.052305	0.067103	0.079920	0.094798	0.104911	0.133787
21	0.277411	0.351531	0.413247	0.481512	0.525620	0.640230	700	0.048427	0.062132	0.074004	0.087789	0.097161	0.123935
22	0.271137	0.343783	0.404386	0.471579	0.515101	0.628710	800	0.045301	0.058123	0.069234	0.082135	0.090909	0.115981
23	0.265270	0.336524	0.396070	0.462231	0.505182	0.617768	900	0.042711	0.054802	0.065281	0.077450	0.085727	0.109385
24	0.259768	0.329705	0.388244	0.453413	0.495808	0.607360	1000	0.040520	0.051993	0.061935	0.073484	0.081340	0.103800
25	0.254594	0.323283	0.380863	0.445078	0.486932	0.597446	1500	0.033086	0.042458	0.050582	0.060022	0.066445	0.084822
26	0.249717	0.317223	0.373886	0.437184	0.478511	0.587988	2000	0.028654	0.036772	0.043811	0.051990	0.057557	0.073488
27	0.245110	0.311490	0.367278	0.429693	0.470509	0.578956	3000	0.023397	0.030027	0.035775	0.042457	0.047006	0.060027
28	0.240749	0.306057	0.361007	0.422572	0.462892	0.570317	4000	0.020262	0.026005	0.030984	0.036773	0.040713	0.051996
29	0.236612	0.300898	0.355046	0.415792	0.455631	0.562047	5000	0.018123	0.023260	0.027714	0.032892	0.036417	0.046512
30	0.232681	0.295991	0.349370	0.409327	0.448699	0.554119							



Lampiran 15 Nilai F Table (Uji F)

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Lampiran 16 Nilai T Tabel (uji T)

dk	$\alpha$ untuk Uji Satu Pihak ( <i>one tail test</i> )					
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
	$\alpha$ untuk Uji Dua Pihak ( <i>two tail test</i> )					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
$\infty$	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

## Lampiran 17 Surat Izin Melaksanakan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
PROGRAM PASCASARJANA**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B- 71 /In.39.12/PP.00.9/09/2021 Parepare, 13 September 2021  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Melaksanakan Penelitian

Yth. **Bapak Walikota Parepare**  
Cq. **Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan  
Terpadu Satu Pintu**

Di

Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan rencana penelitian untuk Tesis mahasiswa Program Pascasarjana IAIN Parepare tersebut di bawah ini :

Nama : NUR ISLAH  
NIM : 19.0224.027  
Program Studi : Ekonomi Syari'ah  
Judul Tesis : Pengaruh Label Sertifikat Halal Dan Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Keputusan Membeli Produk Pangan Mie Instan Di Kecamatan Soreang Kota Parepare

Untuk keperluan Pengurusan segala sesuatunya yang berkaitan dengan penelitian tersebut akan diselesaikan oleh mahasiswa yang bersangkutan. Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **September** Tahun 2021 Sampai Selesai.

Sehubungan Dengan Hal Tersebut Diharapkan kepada bapak/ibu kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin dan dukungan seperlunya.

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

A.n. Rektor,  
Direktur,  
  
H. Mahsyar.

## Lampiran 18 Surat Rekomendasi penelitian

		SRN IP0000752
<b>PEMERINTAH KOTA PAREPARE</b>		
<b>DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU</b>		
<small>Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 22594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id</small>		
<b>REKOMENDASI PENELITIAN</b>		
<b>Nomor : 754/IP/DPM-PTSP/11/2021</b>		
<p>Dasar :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.</li> <li>2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.</li> <li>3. Peraturan Walikota Parepare No. 45 Tahun 2020 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.</li> </ol> <p>Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :</p>		
<b>MENGIZINKAN</b>		
KEPADA		
NAMA	: <b>NUR ISLAH</b>	
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE</b>	
Jurusan	: <b>EKONOMI SYARIAH</b>	
ALAMAT	: <b>JL. JEND . SUDIRMAN NO. 68 C PAREPARE</b>	
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :	
	JUDUL PENELITIAN : <b>PENGARUH LABEL SERTIFIKAT HALAL DAN TINGKAT PEMAHAMAN AGAMA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK PANGAN MIE INSTAN DI KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE</b>	
	LOKASI PENELITIAN : <b>KECAMATAN SE-KOTA PAREPARE</b>	
	LAMA PENELITIAN : <b>09 November 2021 s.d 05 Januari 2022</b>	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung</li> <li>b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan</li> </ol>	
	Dikeluarkan di: Parepare Pada Tanggal : 11 November 2021	
	<b>Pt. KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE</b>	
		
	Dra. Hj. AMINA AMIN	
	Pangkat : Pembina Utama Muda, (IV/c) NIP : 19630808 198803 2 012	
<b>Biaya : Rp. 0,00</b>		

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan BSR
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Lampiran 19 Dokumentasi penelitian



## BIODATA PENULIS



Nur Islah lahir di Watansoppeng pada tanggal 10 Desember 1980. Merupakan anak pertama dari 5 bersaudara dari pasangan Bapak M. Khaerul Qadar dan Ibu Suharti Abu Haseng. Penulis mengenyam pendidikan dasar pada Sekolah Dasar Negeri (SDN) 246 Tarenuang dan selesai pada tahun 1993. Penulis menjalani pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMPN) Panincong dan menyelesaikannya pada tahun 1996, dan pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMUN 1 Watansoppeng dan lulus pada tahun 1999.

Pada tahun 1999 penulis kuliah pada Universitas Hasanuddin jurusan Ekonomi Manajemen. Penulis memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tahun 2003 dengan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pendapatan Nisbah Bagi Hasil pada Pembiayaan Mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Makassar”. Pada tahun 2001, penulis juga kuliah pada Program Studi Business English, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Makassar, dan selesai pada tahun 2004 dengan judul laporan “*An Internship Report at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Branch Makassar*”. Pada tahun 2013, Penulis menempuh pendidikan dan memperoleh ijazah Akta IV pada Universitas Muhammadiyah Parepare Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Sejak tahun 2005 sampai sekarang, penulis bersama keluarga menetap di Kota Parepare, dengan alamat Jl. Jend. Sudirman no 68c, kelurahan Bumi Harapan, Kecamatan Bacukiki Barat.