

**PENGARUH LABEL HALAL DAN TOYYIB TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK MAKANAN
DAN MINUMAN**

(STUDI KASUS MASYARAKAT KEC.WARA KOTA PALOPO)

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

ANNISA NURUL FATIAH

18 0401 0030

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

**PENGARUH LABEL HALAL DAN TOYYIB TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK MAKANAN
DAN MINUMAN**

(STUDI KASUS MASYARAKAT KEC.WARA KOTA PALOPO)

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

ANNISA NURUL FATIAH

18 0401 0030

Pembimbing

Muzzayanah Jabani S.T.,M.M

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Annisa Nurul Fatiah
NIM : 18 0401 0030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan seumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrasi atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 30 juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Annisa Nurul Fatiah

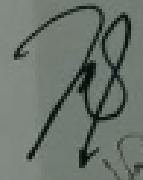




NIM 18 0401 0030

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi berjudul Pengaruh Label Halal dan Toyyib terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Wara Kota Palopo) yang ditulis oleh Annisa Nurul Fatiah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1804010030, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 1 Desember 2022 Miladiyah bertepatan dengan 7 Jumadil Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 30 November 2022

TIM PENGUJI

- 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. Ketua Sidang ()
- 2. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. Sekretaris Sidang ()
- 3. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Penguji I ()
- 4. Dr. H. Muh. Rasbi, SE., M.M. Penguji II ()
- 5. Muzayyanah Jabani, ST., M.M Pembimbing ()

Mengetahui:


Rektor IAIN Palopo
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP. 19790724 200312 1 002


Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.
NIP. 19810213 200604 2002

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ (أَمَّا بَعْدُ)

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayahnya serta memberikan kesehatan dan kekuatan lahir dan batin sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Label Halal Dan Toyib Terhadap Kepuasan Membeli Makanan Dan Minuman (Studi Kasus Masyarakat Kec.Wara Kota Palopo)”** setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, dan sahabat. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang ekonomi syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dorongan, dan do'a dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta **Ibu Hamsiawati M** dan **Moh.Hatta S.E**, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah yang diberikan kepada anak-anaknya, serta saudaraku yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah SWT, mengumpulkan kita dalam surga-Nya kelak. Serta saya mengucapkan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Pirol M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Alm. Dr. Hj. Ramlah M., M.M., selaku Mantan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Takdir S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Tadjuddin, S.E., M.SI., Ak., CA. Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan.
3. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, Abdul Kadir Arno SE., Sy., M.Si. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah beserta dosen, asisten dosen Prodi Ekonomi Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Syariah.
4. Muzzayanah, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, dorongan, dan semangat kepada penulis khususnya dalam menyusun skripsi ini.
5. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A dan Dr. H.Muh Rasbi S.E., M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.Pd. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan untuk menyusun skripsi ini dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang

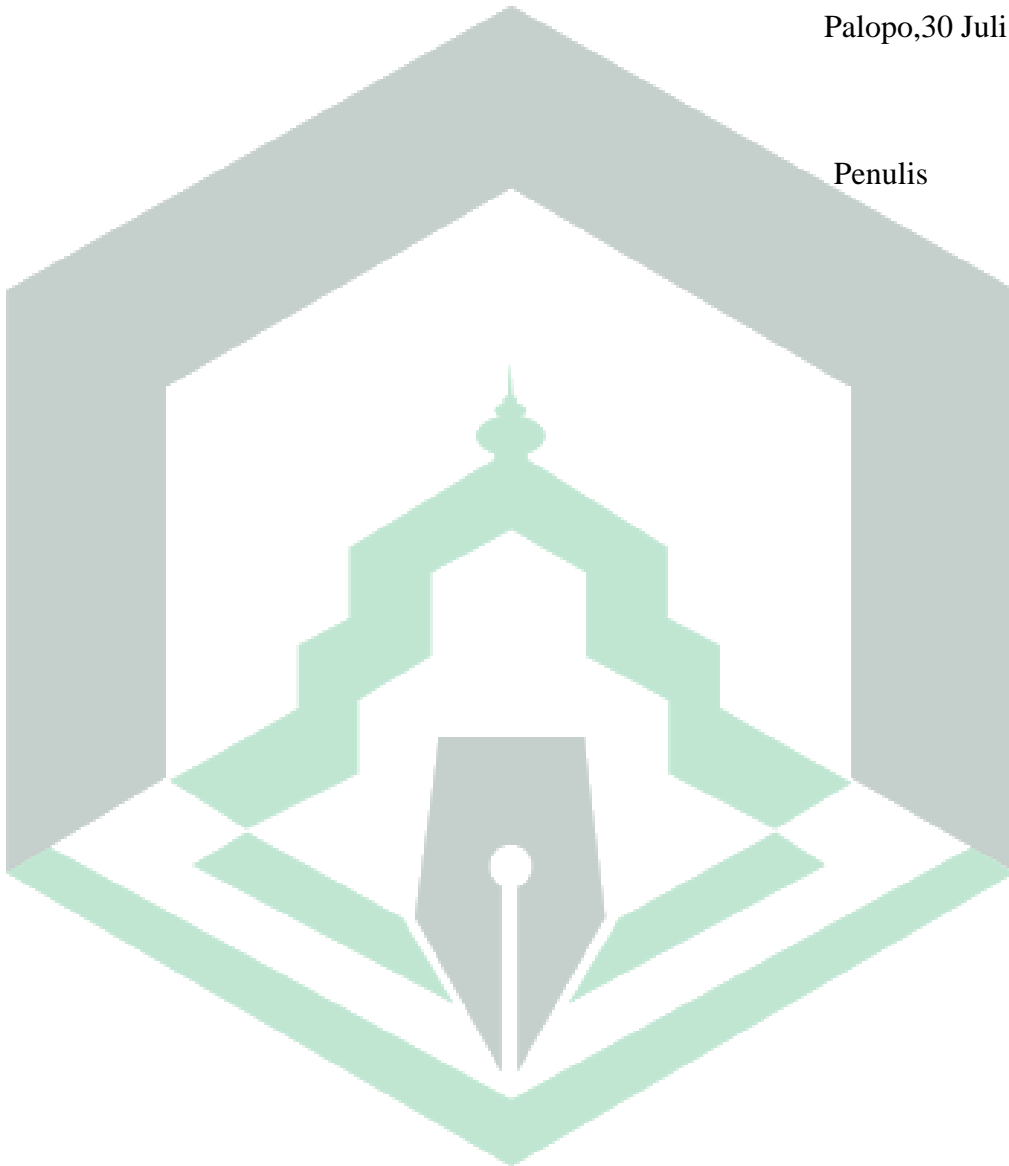
membantu kelancaran pengurusan berkas-berkas skripsi ini sampai meraih gelar SE.

7. Mahadin Saleh, Drs., M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik.
8. Kepada Saudara saya Annisa Fauzia Ariqa, Oma saya Hj.Sakiyah Ibrahim dan sejumlah keluarga yang telah memberikan motivasi, arahan, dan bimbingan pada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada dr.A.Iqra Masipuang dan A.Darna yang telah memberikan dukungan serta arahan pada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada semua teman-teman seperjuangan, mahasiswa Studi Ekonomi Syariah Iain Palopo angk. 2018 (khususnya Teman kelas VIII A) yang selalu memberikan saran dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Mudah-mudahan bantuan, dorongan, kerja sama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis berbalik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
11. Kepada sahabat-sahabat Zakiyah, Nia, Acicah, Wina, Fitrah, Nandha, Ahmayanti, Husnul, Yuyu, Anjeli, Alfina, Intan, Pais, Mifta, Alia, Fira, Hamsina, Halifa yang telah membantu serta memberikan semangat, dukungan, dan doa dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Kepada senior-senior Kak Haidir, Kak Unding, Kak Wahyuddin, yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik berupa motivasi, bimbingan dan doa.
13. Dan Kepada segenap pihak yang namanya tidak sempat saya sebutkan satu-per-satu.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya. Aamiin

Palopo,30 Juli 2022

Penulis



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	-	-
ب	Ba ^ʾ	B	Be
ت	Ta ^ʾ	T	Te
ث	Ṣa ^ʾ	Ṣ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa ^ʾ	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra ^ʾ	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah

ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	„Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
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 ^ˆ	H	Ha
ء	Hamzah	ˆ	Apostrof
ي	Ya ^ˆ	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (ˆ)

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

harakat, translitenya sebagai berikut :

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
يَ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
وُ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk tā^o marbūtah ada dua, yaitu tā^o marbūtah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t], sedangkan tā^o marbūtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan tā^h marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka tā^h marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydīd)

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

Contoh :

رَبَّنَا : *rabban*
نَجَّيْنَا : *najjainā*
الْحَقُّ : *al-haqq*
نُؤْمِنُ : *nu"ima*
عَدُوٌّ : *„aduwwun*

Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi ī

Contoh

عَلِيٌّ : „Alī (bukan „Aliyy atau A"ly)
عَرَبِيٌّ : „Arabī (bukan A"rabiyy atau „Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma"rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa ,al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* 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 (-).

Contoh :

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

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.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta‘murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau‘</i>
شَيْءٌ	: <i>syai‘un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

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 al-Qur‘an (dari *al-Qur‘ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

9. Lafz al-Jalālah

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

Contoh :

Dinu دِينُ اللَّهِ Billa بِاللَّهِ

Adapun tā" *marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ hum fi rahmatullah

10. Huruf Kapital

Walau system tulisan Arab tidak mengenal huruf 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). Contoh :

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi" a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fihī al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūft

Al-Maslahah fī al-Tasyrī" al-Islāmī

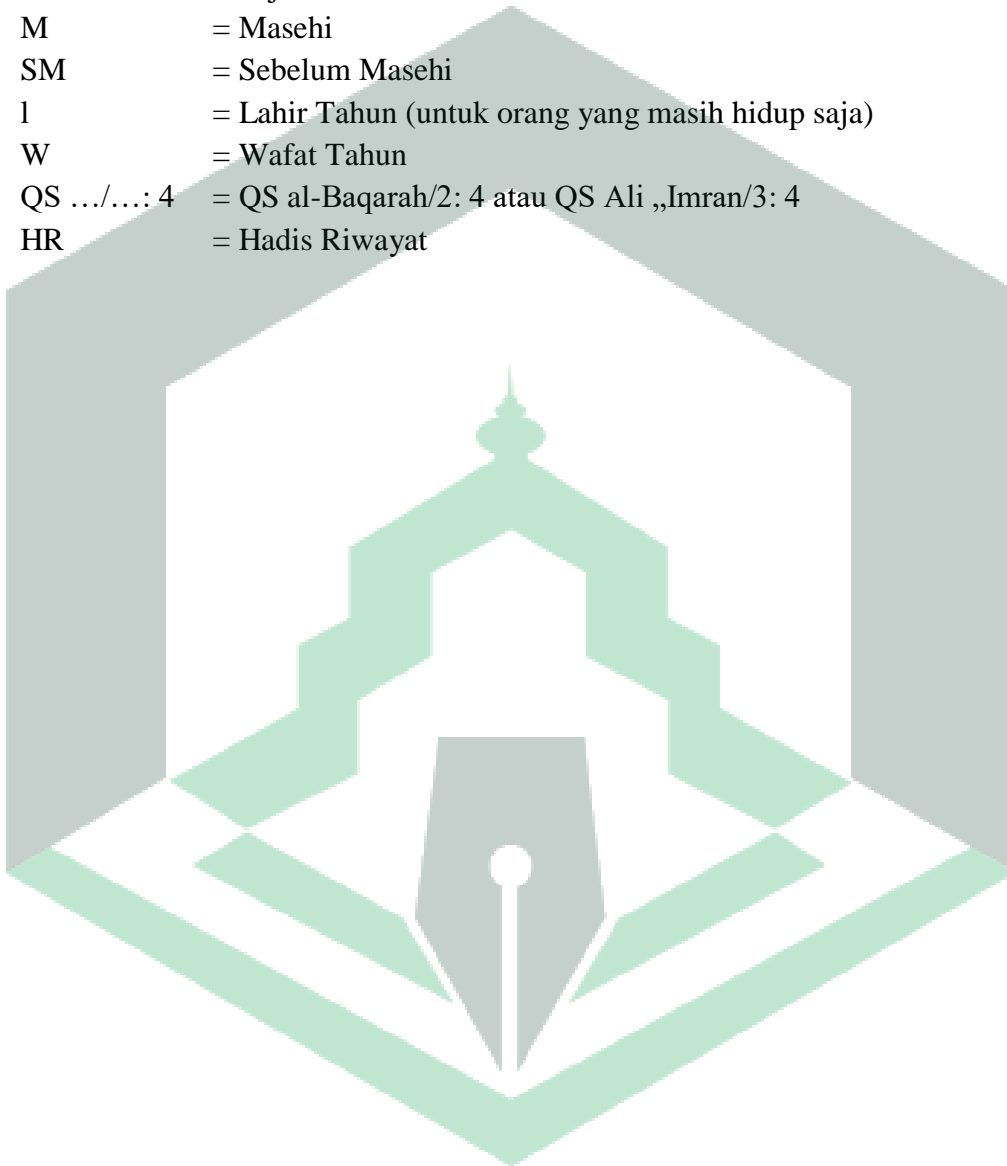
Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd
Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan,
Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan ialah :

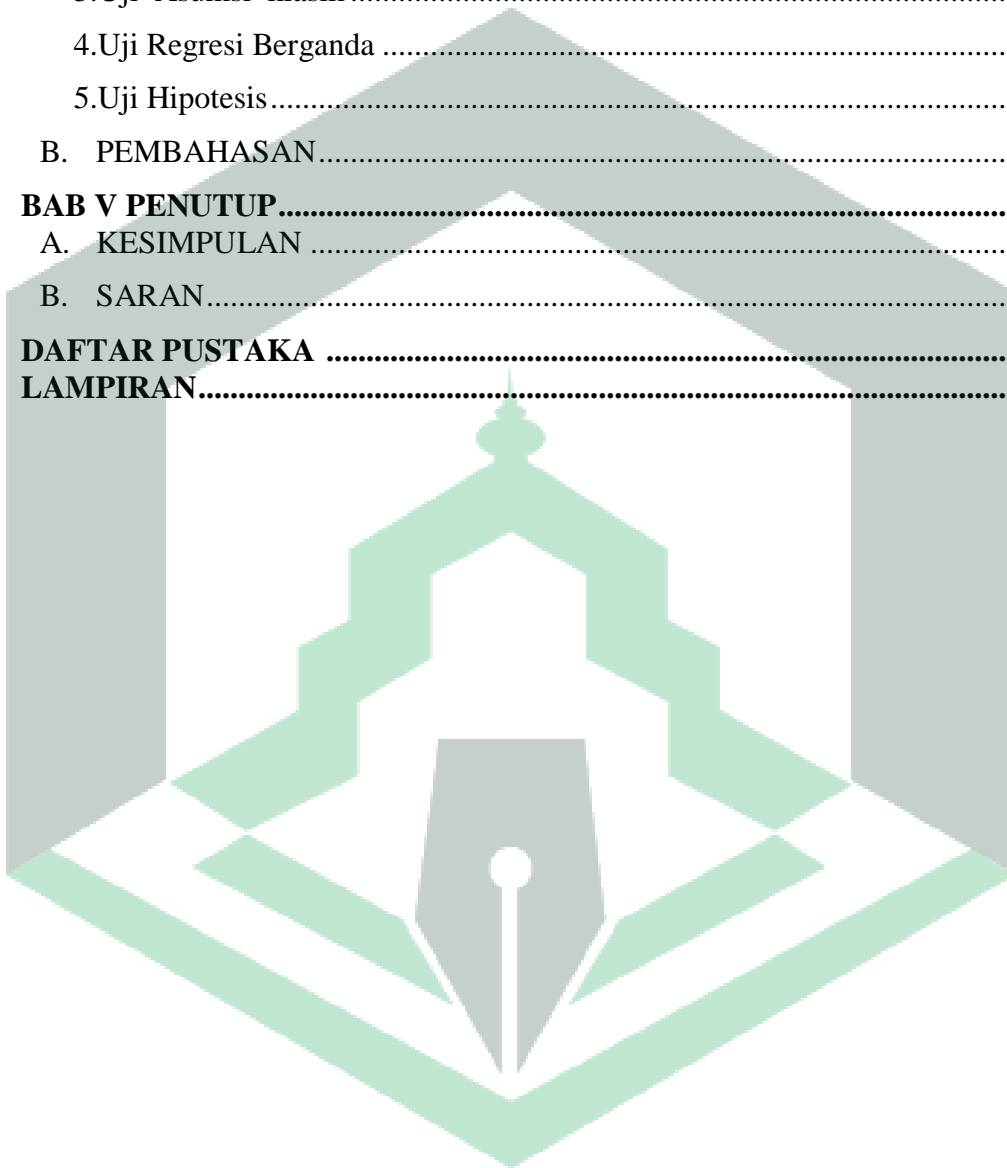
SWT.	= Subhanahu Wa Ta,,ala
SAW	= Sallallahu ,,Alaihi Wasallam AS = ,,Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali ,,Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PRAKATA	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR AYAT	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR ISTILAH	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACK	xxii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
B. Landasan Teori	20
1.Label Halal	20
2.Toyyib.....	26
3.Kepuasan Konsumen	32
C. Kerangka Pikir.....	37
D. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
C. Definisi Operasional Variabel	39
D. Populasi dan Sampel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Instrumen Penelitian	43
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	44
G. Teknik Analisis Data	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. HASIL PENELITIAN	52
1. Gambaran Lokasi Penelitian.....	52
2. Deskripsi Data Responden	54
3. Uji Asumsi klasik	55
4. Uji Regresi Berganda	58
5. Uji Hipotesis.....	59
B. PEMBAHASAN.....	61
BAB V PENUTUP.....	65
A. KESIMPULAN	65
B. SARAN.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71



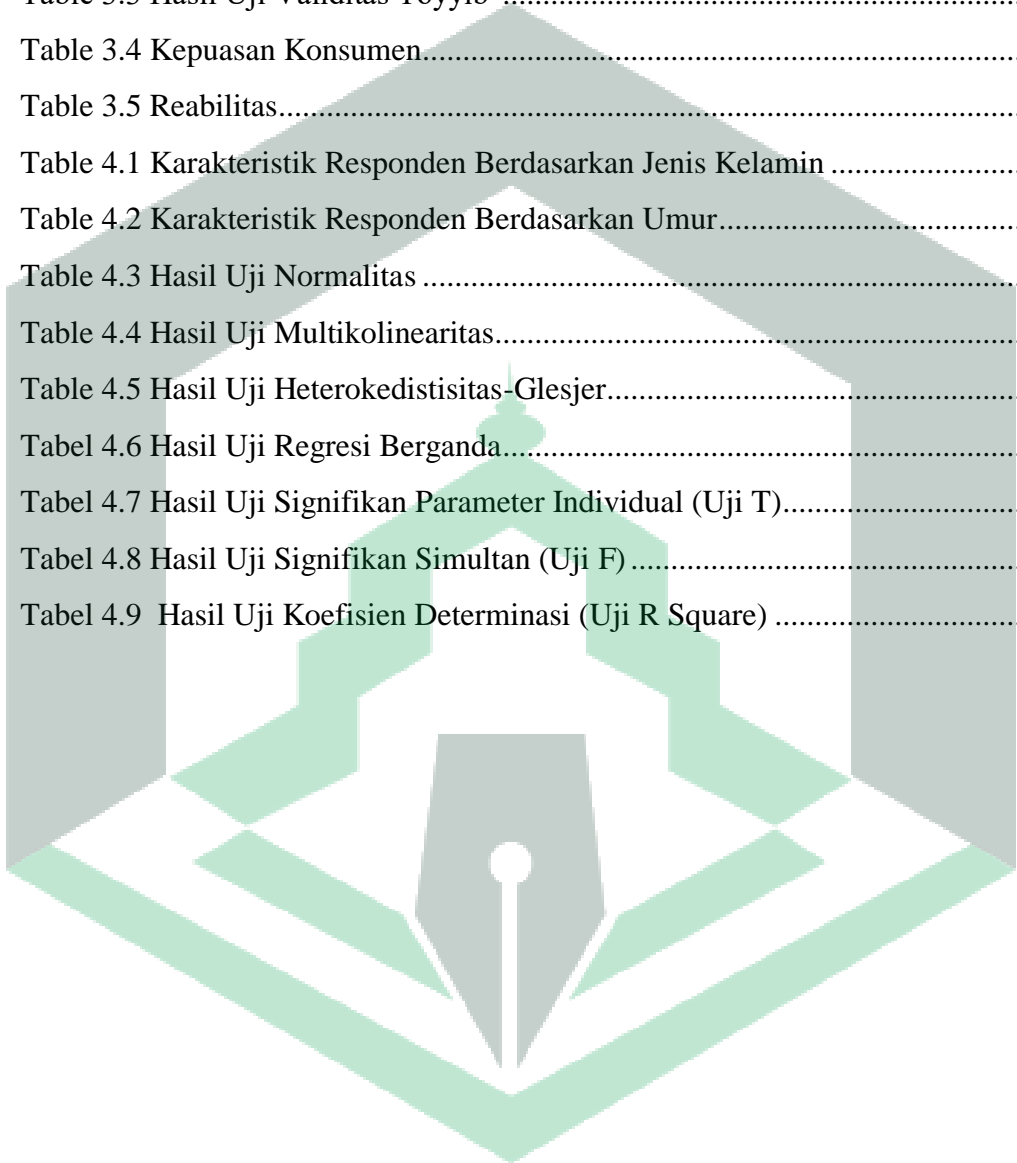
DAFTAR AYAT

Kutipan ayat 1 QS Al-Baqarah/2:168 2



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Mappin Penelitian Terdahulu	
Tabel 3.1 Definisi Operasional	
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Label Halal	
Table 3.3 Hasil Uji Validitas Toyyib'	
Table 3.4 Kepuasan Konsumen.....	
Table 3.5 Reabilitas.....	
Table 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	
Table 4.3 Hasil Uji Normalitas	
Table 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	
Table 4.5 Hasil Uji Heterokedistisitas-Glesjer.....	
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Berganda.....	
Tabel 4.7 Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T).....	
Tabel 4.8 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R Square)	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Permohonan Sertifikat Halal.....21
Gambar 2.2 Kerangka Pikir 37
Gambar 4.1 Logo Kota Palopo.....53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

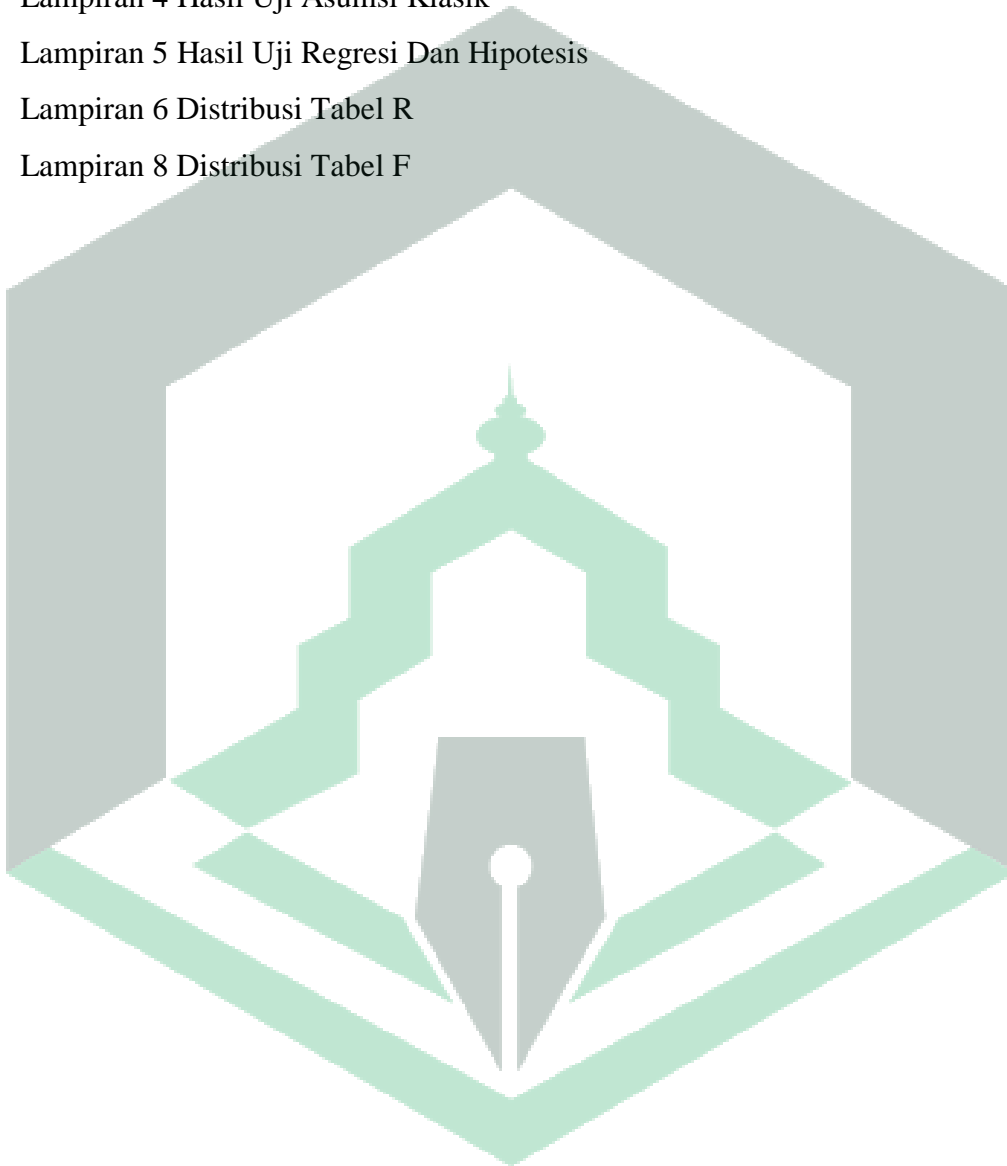
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Dan Hipotesis

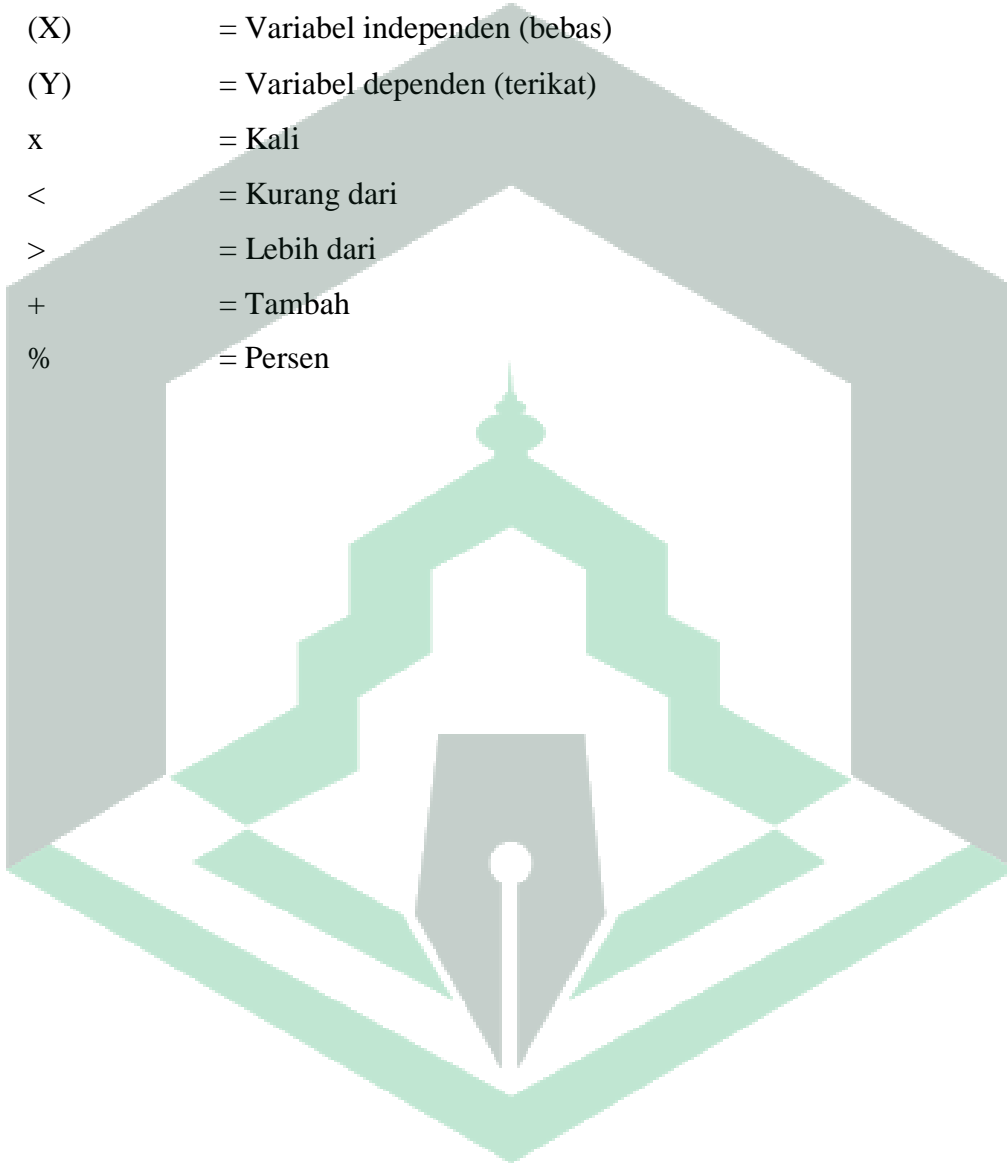
Lampiran 6 Distribusi Tabel R

Lampiran 8 Distribusi Tabel F



DAFTAR ISTILAH

SPSS	= <i>Statistical Product And Service Solutions</i>
Q.S.	= Qur'an Surah
H1	= Hipotesis satu
(X)	= Variabel independen (bebas)
(Y)	= Variabel dependen (terikat)
x	= Kali
<	= Kurang dari
>	= Lebih dari
+	= Tambah
%	= Persen



ABSTRAK

Annisa Nurul Fatiah, 2022. *Pengaruh Label Halal Dan Toyyib Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Produk Makanan Dan Minuman (studi kasus Masyarakat Kec. Wara Kota Palopo.* Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Plopo. Dibimbing oleh Muzayyanah Jabani, S.T., M.M

Skripsi ini membahas tentang pengaruh label halal dan toyyib terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman, Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel label halal terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman; untuk menguji pengaruh variabel toyyib terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman; untuk menguji-pengaruh variabel label halal dan toyyib secara simultan terhadap kepuasan konsumen membeli produk makan dan minuman. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat kecamatan wara kota palopo yang terdiri dari 33.878 jiwa. Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan rumus slovin dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, dimana sampel diambil secara acak sehingga semua populasi mempunyai peluang dan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1) Variabel label halal (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dimana T hitung $2,235 > 0,198$ T tabel dan nilai signifikan sebesar $0,28 (0,28 < 0,05)$. 2) Variabel toyyib (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dimana T hitung $4,349 > 0,198$ T tabel dan nilai signifikan $0,000 (0,000 < 0,05)$. 3) Variabel label halal dan toyyib berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dimana nilai F hitung $16,145 > 2,70$ F tabel dan nilai signifikan $0,000 (0,000 < 0,05)$ dan berkontribusi secara Bersama-sama terhadap kepuasan konsumen sebesar 25,6%.

Kata Kunci : Label Halal, Toyyib, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Annisa Nurul Fatiah, 2022. The Effect of Halal and Toyyib Labels on Consumer Satisfaction in Purchasing Food and Beverage Products (a case study of the Wara District Community of Palopo City. Thesis of the Islamic Economics and Business Faculty of Palopo State Islamic Economics Study Program. Supervised by Mu-zayyanah, S.T., M.M

This thesis discusses the effect of halal and toyyib labels on consumer satisfaction in buying food and beverage products. This study aims to examine the effect of halal label variables on consumer satisfaction in buying food and beverage products; to test the effect of toyyib variable on consumer satisfaction in buying food and beverage products; to test the simultaneous effect of the halal and toyyib label variables on consumer satisfaction in buying food and beverage products. This type of research is quantitative research using a questionnaire. The population in this study is the community of the wara sub-district of Palopo city which consists of 33,878 people. The number of samples was determined using the Slovin formula and the number of samples obtained was 97 people. The sampling technique used is simple random sampling, where the sample is taken at random so that all populations have the same opportunity and opportunity to be sampled. The results of the study show that: 1) Halal label variable (X1) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y) where T count is $2.235 > 0.198$ T table and significant value is $0.28 (0.28 < 0.05)$. 2) The toyyib variable (X2) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y) where T count is $4,349 > 0.198$ T table and the significant value is $0.000 (0.000 < 0.05)$. 3) Halal and toyyib label variables have a simultaneous effect on consumer satisfaction where the calculated F value is $16.145 > 2.70$ F table and the significant value is $0.000 (0.000, < 0.05)$ and contributes together to consumer satisfaction of 25, 6%.

Keywords : Halal Label, Thoyyib, Consumer Satisfaction

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era ini, perkembangan aktivitas ekonomi tentunya tidak terlepas dari pertumbuhan serta kemajuan produk dan jasa baik makanan maupun minuman. Semenjak lahirnya inovasi ini tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat akibat negatif serta positif. Perihal ini pula menimbulkan terus menjadi ketatnya persaingan antar industri. Selaku orang yang tinggal di negara mayoritas muslim, umat Islam dapat mencermati kehalalan dan toyyiban suatu produk.

Pertumbuhan teknologi dapat mendesak terciptanya produk yang mewajibkan kita buat memilah lebih banyak produk yang halal dan toyyib yang sesuai dengan syariat Islam¹. Serta negeri ini mempunyai ketentuan halalnya sendiri buat produk esensial, terutama di industri makanan..

Departemen Agama yang dimuat dalam KEPMENAG RI No. 518 tahun 2001 tentang pemeriksaan dan penetapan panganan halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam dan pengelolannya tidak bertentangan dengan Syariat Islam. Dengan label halal ini konsumen muslim bisa lebih mudah memilah produk mana yang akan mereka konsumsi.²

¹ Mardiwati Kun "Info Halal Produk Penting Untuk Di Sertifikasi Halal", 12-11-2020, <https://wr4.uai.ac.id/mengapa-suatu-produk-penting-untuk-di-sertifikasi-halal/>

² Yusuf Andriansyah, Rois Arifin, Afi Rahmat, "Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dichoco Bakery Setia Budi Medan 2018, 4

Al-Qur'an telah menjelaskan bahwa Jika makanan dan minuman yang dikonsumsi halal dari segi dzatnya dan diperoleh dengan cara yang halal pula, maka makanan dan minuman yang masuk ke dalam perut akan menjadi darah dan daging yang melahirkan energi positif serta memudahkan langkah seseorang melakukan amal-amal kebajikan yang mulia. Sebaliknya, jika makanan dan minuman yang masuk ke dalam perut berasal dari barang haram atau diperoleh dengan cara yang dilarang agama, seperti mencuri, korupsi, manipulasi, apalagi menipu dan merampok. Maka ia akan menjadi energi negatif yang pada menarik seseorang untuk cenderung kepada perbuatan perbuatan maksiat.

Seperti yang terdapat pada Q.S.Al-baqarah Ayat 168:

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

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.” (QS. al-Baqarah : 168).”

Ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah Swt menyuruh manusia untuk memakan makanan yang halal dan baik. yang dimaksud makanan yang halal adalah makanan yang dibolehkan secara agama dari segi hukumnya baik halal dari segi zatnya maupun hakikatnya. Sebagai lawannya adalah makanan yang haram dari segi hukum agama, baik haram secara zat maupun hakikat. Makanan yang halal dari segi dzatnya seperti telur, buah-buahan, sayur-sayuran, daging sapi dan lain-

lain. Sedangkan makanan yang halal dari segi hakikatnya adalah makanan yang didapat ataupun diolah dengan cara yang benar menurut agama.³

Saat ini gaya hidup halal, terutama dalam hal mengkonsumsi produk halal, tidak hanya menjadi kebiasaan namun sudah mulai menjadi gaya hidup yang dianggap sehat dan baik bagi kesehatan. Maka dari itu selain halal toyyib dalam pengolahan makanan juga harus dipenuhi untuk mencapai pemenuhan jasmani (keamanan pangan) dan rohani (ketaatan agama). Sehingga dapat dikatakan makanan yang halal merupakan *necessary condition*, dan toyyib merupakan *sufficient condition* dalam hal pemilihan bahan baku utama, bahan baku tambahan dan proses produksinya.⁴

Selain halal, Dapat kita pahami kata thayyib dalam makanan ialah makanan yang sehat, proporsional, dan aman. Tentunya sebelum itu ialah halal, Makanan yang sehat adalah makanan yang memiliki zat gizi yang cukup dan seimbang, selain itu dibutuhkannya makanan proporsional, dalam arti sesuai dengan kebutuhan konsumsi, tidak berlebihan, dan tidak berkurang dan tentunya makanan harus aman. Perintah makan yang aman di juga dirangkaikan dengan perintah ber-taqwa, menuntut agar manusia selalu memperhatikan sisi takwa yang intinya adalah berusaha menghindar dari segala yang mengakibatkan siksa dan terganggunya rasa

³ Al-qur'an dan terjemah, Agus Hidayatulloh, Siti Irhamah Sail, Imam Ghazali Masykur, Fuad Hadi, "Alwasim Al-Qur'an Tajwid Kose, Transliter Per Kata, Terjemahan Per Kata", Bekasi Bagus Segara, 2013

⁴ Muhammad Iqbal Haikal Samia'an " Konsep Halal Dan Penjagaan Kualiti Produk Dalam Islam", 2022, 7.

aman, takwa dari segi bahasa berarti “keterhindaran”, yakni terhindar dari siksaan Allah baik di dunia maupun di akhirat, Akibat pelanggaran hukum syariat islam.⁵

Hukum syariat islam yang berkaitan dengan makanan ialah siapa yang makan makanan kotor atau berkuman, maka ia akan menderita sakit. Jika demikian, maka perintah bertakwa pada sisi duniawinya dan dalam konteks makanan, menuntut agar setiap makanan yang dicerna tidak mengakibatkan penyakit atau dengan kata lain memberi keamanan bagi pemakannya. Karna itu, umat Islam harus senantiasa menjaga dan memperhatikan cara-cara mereka memperoleh makanan serta mewaspadai makanan yang akan dikonsumsi, disisi lain begitu banyak jenis makanan instan maupun produksi langsung yang tidak berkemasan yang beredar bebas di tengah-tengah masyarakat kita dengan segala bentuk dan kemasan yang menarik, namun tidak sedikit di antaranya yang mengandung unsur-unsur berbahaya bagi kesehatan kita. Karena itu, umat Islam tidak boleh terjebak pada promosi yang menggiurkan, yang mengajak untuk mengonsumsi jenis makanan dan minuman tertentu. Umat Islam perlu meneliti komposisi makanan tersebut, batas kadaluarsa, dan juga kehalalannya.⁶

Memilih makanan serta minuman berlabel halal dan juga toyyib masyarakat lebih dahulu mencari tahu informasi melalui promosi untuk mengenali keberadaan serta khasiat produk tersebut, serta pemenuhan kebutuhan, kemauan, serta kepu-

⁵ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an : Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan*, Bandung : Mizan Puastaka, 2007, 199.

⁶ Fauzan Ra'if Muzakki “Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Terhadap Kesehatan Dalam Al-Qur'an”,2021,27.

san. Tetapi, kesuksesan bisnis tidak lepas dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen pula jadi salah satu faktor penting dalam berbisnis. Jika konsumen merasa puas, mereka secara langsung ataupun tidak langsung tingkatkan penjualan.

Terpuaskannya keinginan dan kemauan konsumen membuat hal tersebut memiliki dampak positif untuk industri. Pastinya bila konsumen merasa puas dengan produk tersebut, hingga konsumen hendak senantiasa memakai ataupun terus menerus konsumsi produk tersebut. Dengan metode ini, produk industri diketahui di pasar.

Pemenuhan kebutuhan konsumen ialah harapan bagi setiap pebisnis. Konsumen yang puas dengan produk serta layanan cenderung membeli ulang produk serta mendaur ulang layanan bila permintaan yang sama timbul lagi di masa depan. Ini berarti jika kepuasan merupakan pendorong utama kembalinya pelanggan serta menyumbang sebagian besar pemasukan industri. Tanggapan setelah pembelian dapat berbentuk kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan ataupun kepuasan.⁷

Kota Palopo merupakan Ibu Kota Kabupaten Luwu Sulawesi Selatan yang tadinya merupakan kota administratif. Pemerintah Kota Palopo membagi kota Palopo jadi 9 kecamatan serta 48 kelurahan, salah satunya merupakan kecamatan Wara, yang terdiri dari 6 kelurahan: Ammasangan, Boting, Dangkerakko, La Galigo, Pajalesang serta Tompotikka. Kecamatan ini ialah salah satu kecamatan

⁷ Alief Gifari "Pengaruh Mutu Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Eurania Palembang" 2021, 30, [Http://Repository.Univ Tridinanti.Ac.Id/3110/6/Repository%20bab%201.Pdf](http://Repository.UnivTridinanti.Ac.Id/3110/6/Repository%20bab%201.Pdf)

yang sangat padat penduduknya. Dengan jumlah penduduk ± 33.878 jiwa dari banyaknya penduduk ini pelaku produksi dan konsumsi pula sangat besar.⁸

Industri di Palopo yang menunjang perekonomian maju serta masih besar peminatnya merupakan usaha penjualan makanan. Perihal ini dapat dilihat pada berbagai macam makanan serta minuman yang dipasarkan. Tidak hanya harga yang murah, mutu bahan produk, serta pula butuh mencermati label Halal.

Majelis Ulama Indonesia (Lppom- MUI) Zuhri mengemukakan, banyaknya produk makanan serta minuman yang tersebar tidak seluruh produk mempunyai sertifikat halal. Maksudnya, jumlah makanan serta minuman yang tersebar relatif besar masih belum jelas. Proteksi konsumen terhadap produk yang jelas- jelas tidak halal pula sangat rendah. Sebaliknya warga muslim Palopo ialah konsumen makanan serta minuman terbanyak. Oleh sebab itu, wajib dilindungi dalam wujud jaminan kehalalan makanan yang disantap serta produk lain yang digunakan dalam ajaran Islam. Masyarakat muslim tidak diperbolehkan mengkonsumsi makanan tidak halal. Tidak cuma halal namun wajib dibawa kembali(baik).⁹

Dinas Perdagangan dan Dinas Kesehatan Kota Palopo, bersama Badan Pengawas Obat dan Makanan BPOM (*Badan pengawas obat dan makanan*) Kota Palopo, Sulawesi Selatan, melakukan inspeksi mendadak (sidak) terhadap produk makanan dan minuman di sejumlah swalayan di Palopo, Dalam sidak tersebut petu-

⁸ Wikipedia "Kota Palopo".22-03-2022.https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Palopo

⁹Rivan Sutisno,Se.,Ma. "Perilaku Konsumen Muslim: Persepsi Religiusitas Dan Persepsi Atribut Produk Terhadap Loyalitas Produk Makanan Dan Minuman Berlabel Halal Di Kalangan Mahasiswa Muslim Di Bandung". Sigma-Mu Vol.5 No.2, 2013, 20

gas menemukan ratusan jenis makanan dan minuman yang dijual bebas tanpa memiliki label halal. Kepala Bidang Perlindungan Konsumen dan Pengawasan Dinas Perdagangan Kota Palopo, Nurpati mengatakan, sebanyak 102 jenis produk makanan dan minuman yang dijual bebas di swalayan tidak berlabel halal.¹⁰

Masyarakat Kota Palopo khususnya bagi para pelaku produksi yang mengklaim barang jualan mereka sesuai dengan kriteria produk makanan dan minuman yang halal menurut Islam baik bahan baku, zat yang diperoleh, kebersihan juga cara penyajiannya yang halal.¹¹ Para pelaku produksi melengkapi produk dengan adanya label halal berupa stiker atau gambar yang terdapat di depan tempat jualan, promosi produk dan juga kemasan produk. Hal tersebut yang menjadi tolak ukur masyarakat membeli produk makanan dan minuman yang sesuai dengan syariat Islam berlabel halal.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Label Halal Dan Toyyib Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Produk Makanan Dan Minuman (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Wara Kota Palopo)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, Maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

¹⁰ Amir Amran, "Pekot Palopo Temukan Ratusan Produk Makanan Minuman Dijual Bebas Tanpa Label Halal, 12/03/2019, <https://Rgional.Kompas.Com/Read/2019/03/12/16044761/Pemkot-Palopo-Temukan-Ratusan-Produk-Makanan-Minuman-Dijual-Bebas-Tanpa>.

¹¹ Al Hasanah. "Bagaimana Kriteria Makanan Halal Menurut Islam?", 2020

1. Apakah ada pengaruh label halal terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman?
2. Apakah ada pengaruh toyyib terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman?
3. Apakah ada pengaruh label halal dan toyyib terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman
2. Untuk Mengetahui pengaruh toyyib terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman
3. Untuk Mengetahui pengaruh label halal dan toyyib terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman.

D. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian ini yang dapat diperoleh dalam penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan sedikit banyaknya sumbangan pikiran dan menambah ilmu pengetahuan terkhusus untuk pengetahuan dalam hal produk yang berlabel halal dan juga toyyib.

2. Manfaat Praktis

Dengan Adanya penelitian ini, diharapkan bermanfaat untuk menjadi sarana menambah wawasan bagi para pembaca perihal tentang produk yang berlabel halal dan juga toyyib, selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi sumber rujukan bagi para peneliti selanjutnya.



BAB II
KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penulis mengambil penelitian terdahulu yang relevan agar menjadi rujukan dan melihat penelitian-penelitian untuk bahan perbandingan pada saat penulis melakukan penelitian mengenai masalah yang akan diteliti dengan studi yang berbeda.

Tabel 2.1 Mappin penelitian terdahulu

No.	Nama Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dari Penelitian Terdahulu
1.	Abdul Haris Romdoni, Iin Emy Prastiwi, Suyanto/ 2021	Pengaruh Labelisasi halal dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Disyariah Hotel Solo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa besar hasil dari -Pengaruh labelisasi halal terhadap kepuasan konsumen dari persamaan regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif	Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada variabel, penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu pengaruh kualitas dan pengaruh labelisasi halal dan

			<p>sebesar 0,235. Hasil estimasi variabel Labelisasi Halal sebesar nilai $t = 2,308$ dengan probabilitas sebesar 0,023. Nilai signifikansi sebesar 0,023 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa nilai Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.</p> <p>- Besar hasil dari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dari hasil persamaan regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah</p>	<p>juga berbeda dipemilihan kriteria pemilihan sampel.</p>
--	--	--	---	--

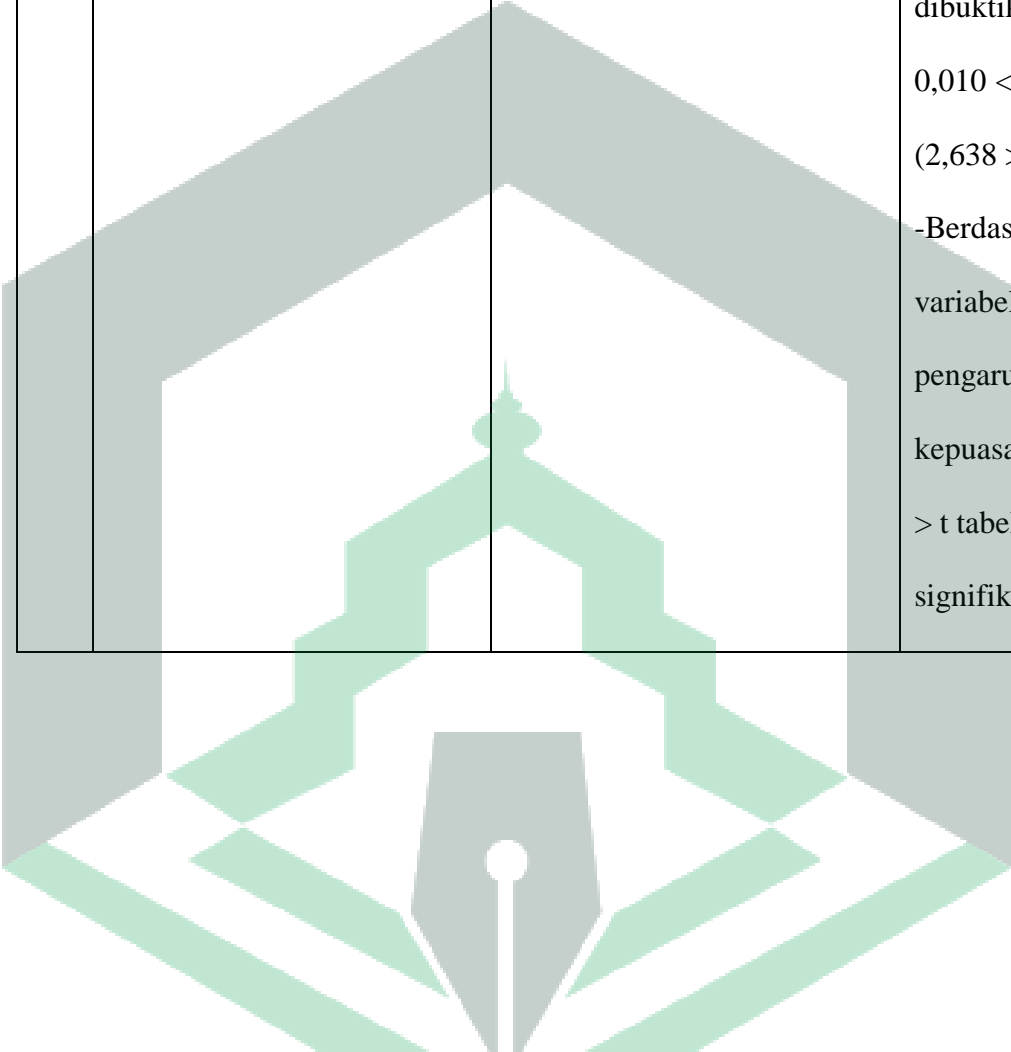
			<p>negatif sebesar 0,230. Hasil uji t variabel Labelisasi Halal sebesar nilai $t = -2,114$ dengan probabilitas sebesar 0,037. Nilai signifikansi sebesar 0,037 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa nilai Kualitas Produk berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas produk, maka menurunkan kepuasan konsumen</p>	
--	--	--	--	--

2.	Novie,Putri Anggraini/2018	Pengaruh Labelisasi Halal, Harga,Dan,Kualitas Produk Terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Kota Semarang)	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa -Variabel labelisasi halal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.187 dengan signifikasi nilai$p=0.026$.</p> <p>-Variabel harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.256 dengan signifikasi nilai $p=0.003$.</p> <p>-Variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.367 dan signifikan dengan nilai $p<0.001$</p> <p>- Variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar</p>	Perbedaan penelitian ini dengan Penelitian saya terletak pada pemilihan indikator variabel,penelitian saya hanya untuk mengetahui pengaruh produk label halal sedangkan penelitian ini memiliki 3 variabel ,dan juga terdapat perbedaan di objek penelitian.
----	----------------------------	--	---	--

			0,367 dan signifikan dengan nilai $p < 0.001$	
3.	Khomsatun sofifa/2020	Pengaruh Pelayanan Prima, Kehalalan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Rumah Makan Kampung Jawa Pawon Simbah Kabupaten Batang	Hasil uji t hitung $3,346 > t$ tabel $1,98667$, hasil ini menunjukkan Hasil uji t hitung $3,346 > t$ tabel $1,98667$, hasil ini menunjukkan konsumen. Hasil uji F hitung dilihat F hitung $87,069 > F$ tabel $2,70$ dan nilai sig $0,004 < 0,05$ maka secara simultan variabel independen yaitu Pelayanan Prima (X1), Kehalalan (X2) dan Kualitas Makanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan	Perbedaan Penelitian saya dengan penelitian terlebih dahulu ini terletak pada teknik penelitian pada penelitian saya menggunakan teknik purposive sampling (nonprobability sampling), sedangkan penelitian terlebih dahulu ini menggunakan teknik simple random sampling (Probability sampling)

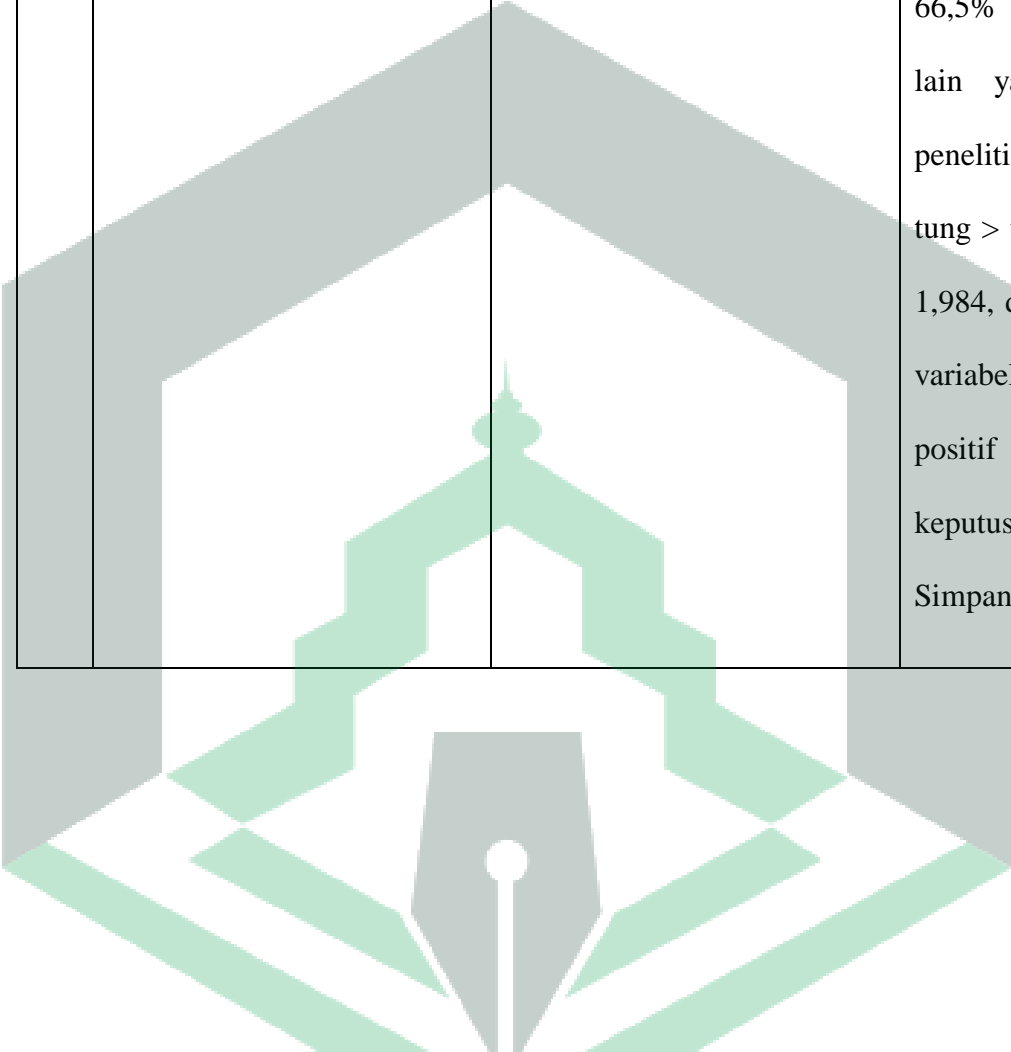
			Konsumen. Variabel pelayanan prima, kehalalan dan kualitas makanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 73,1% dan sisanya 26,9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian	
4.	Zakiyah Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati/2021	Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Herbal HPAI Di Kecamatan Poncukumo)	-Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (t) menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan taraf signifikansi $0,009 < 0,050$ dan juga $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,649 > 1,661$	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak di penelitian ini untuk mencari nilai signifikan terhadap keputusan harga, dan Keputusan pembelian sedangkan penelitian saya untuk

			<p>-Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan taraf signifikansi $0,551 > 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($0,598 < 1,661$).</p> <p>-Berdasarkan hasil uji t yang ketiga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan taraf signifikansi $0,000 < t \text{ tabel}$ yaitu $6,442 > 1,661$</p> <p>-Berdasarkan uji parsial (t) yang ke</p>	mengetahui kepuasan konsumen terhadap suatu produk.
--	--	--	--	---



			<p>empat didapatkan bahwa variabel sertifikasi halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang dibuktikan dengan taraf signifikansi $0,010 < 0,050$ dan t hitung $> t$ tabel ($2,638 > 1,661$).</p> <p>-Berdasarkan uji parsial (t) ke enam variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $> t$ tabel yaitu $4,550 > 1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.</p>	
--	--	--	---	--

5.	Tengku Putri Lindung Bulan	Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Kepuasan Pembelian Sosis di Kuala Sim-pang Kabupaten Aceh Tami-ang	<p>Populasi pada penelitian ini adalah konsumen sosis yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti dan tehnik sampel yang digunakan adalah accident sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Metode analisis data menggunakan regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan uji t. Hasil penelitian diperoleh $KP = 2,831 + 0,828LH$. Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,335 atau bila dipersentasekan, maka 33,5% variabel label halal</p>	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada jumlah populasi karna penelitian ini menggunakan accident sampling, sedangkan penelitian saya menggunakan simple random sampling.
----	----------------------------	---	---	---



			<p>memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang 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 Tamian</p>	
--	--	--	---	--

B. Landasan Teori

1. Label Halal

a) Pengertian Label Halal

Label ialah bagian berasal produk yg mengantarkan data perihal apa yg ada di pada penjual serta produk itu sendiri. Pelabelan ialah faktor yang sangat berarti dalam sesuatu produk yang butuh menemukan atensi yang seksama supaya bisa menarik atensi konsumen. Pada biasanya sesuatu label wajib muat sekurang- kurangnya nama ataupun merk produk, bahan baku, bahan bonus, data gizi, bertepatan pada kadaluwarsa, serta isi produk.. serta data hukum Label bisa jadi bagian dari kemasan ataupun menempel pada produk selaku ciri pengenal.¹²

Halal berasal dari bahasa Arab yang maksudnya membebaskan, menghancurkan, membubarkan serta membiarkan serta simpel bagi Qardhawi. Independen dari relevansi instan serta berhak buat melaksanakannya oleh legislator Islam. Oleh sebab itu, definisi Halal bagi Al- Quran serta Hadits merupakan simpel serta jelas. Halal merupakan seluruh suatu yang baik buat badan. Bagi LPPOM MUI, ketentuan halalnya merupakan tidak terdapat daging babi, kham serta turunannya dan seluruh bahannya berasal dari hewan sembelihan syariah.¹³

¹² Hasan, Kn. Sofyan. “Kepastian Hukum Dan Labelisasi Halal Produk Pangan”, Jurnal Dinamika Hukum, 2015 Vol.14, No.2

¹³ Ahmad Dhe Satria “Strategi Penerapan Konsep Halalan Thayyiban Pada Rumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya, 2018.

Bagi kepercayaan agama, umat Islam cuma diperbolehkan konsumsi produk Halal serttoyib. Paling utama sebab status kehalalan produk ialah topik yang sensitif. berhubungan langsung dengan keimanan ataupun kehidupan spiritual umat Islam. Konsep Halal berarti apakah produk tersebut disetujui buat digunakan bersumber pada Al-Quran serta Assunnah. Label halal ialah simbol mutu kehalalan sesuatu produk. Tujuan pencantuman label ataupun ciri halal tertentu pada kemasan sesuatu produk Halal merupakan buat menampilkan kepada konsumen, spesialnya konsumen muslim, kalau produk tersebut ialah produk yang berstatus Halal serta buat membenarkan status Kehalalannya ditetapkan oleh pengecekan Fatwa MUI yang disahkan dalam berbentuk sertifikat halal.¹⁴ Adapun bagan pengajuansertifikasi labelisasi halal.



Gambar 2.1 Alur Permohonan Sertifikat Halal

¹⁴ Mutiara Fajrin Maulidya Mohammad ” Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia” 2021, 150-154. <https://doi.org/10.22225/kw>.

Proses registrasi label halal diawali dengan pengajuan STTD (*surat tanda terima dokumen*) ke BPJPH oleh pelaku usaha. Data permohonan STTD serta dokumen yang dipersyaratkan oleh BPJPH (*Badan penyelenggara jaminan produk halal*) bisa dilihat di laman. Tidak hanya itu, industri wajib memilih LPPOM MUI (*Lembaga pengkajian pangan, obat-obatan dan kosmetika*) buat verifikasi produk Halal. Registrasi LPPOM MUI dicoba secara online lewat sistem. CEROL- SS23000 lewat web lppommui.org, auditor halal wajib Muslim serta berasal dari bidang penciptaan halal. Hasil audit auditor dilaporkan secara berkala(tiap 6 bulan) kepada LPPOM MUI serta apabila dibutuhkan, LPPOM MUI melaksanakan audit tiba- tiba dengan menyerahkan pesan perikatan yang diresmikan di BPJPH. Sertifikasi halal bagi UUJPH (*UU Jaminan produk halal*) berlaku mulai 17 Oktober. 2019 sampai 17 Oktober 2024. Prosesnya hendak dicoba secara bertahap, dengan memikirkan kesiapan pengusaha. Tersedianya infrastruktur penyelenggaraan penjaminan halal serta memikirkan tipe produk selaku permintaan utama serta mengkonsumsi yang masif.¹⁵

Labelisasi halal mempunyai tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar secara universal. Maka apabila tuntutan itu bisa terpenuhi secara ekonomi para pebisnis Indonesia akan mampu menjadi tuan rumah dari segi produk yang di pasarkan. Tujuan lain yang sangat mendasar adalah melindungi akidah para konsumen terutama yang beragama Islam, artinya dengan adanya labelisasi, para konsumen muslim tidak akan ragu dalam

¹⁵ Dimas “Prosedur Sertifikasi Halal Mui Untuk Produk Yang Beredar Di Indonesia”, 2021, <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui-untuk-produk-yang-beredar-di-indonesia>.

mengonsumsi sesuatu yang dibutuhkan. Adapun syarat-syarat produk pangan halal menurut syariat Islam yaitu:

- 1) Halal dzatnya adalah halal dari hukum asalnya misal sayuran
- 2) Halal cara memperolehnya adalah cara memperoleh sesuai dengan syariat Islam misalkan tidak dengan mencuri.
- 3) Halal dalam memprosesnya adalah misalkan proses menyembelih bintang dengan syariat Islam misalkan dengan membaca bismillah.
- 4) Halal dalam penyimpanannya, maksudnya tempat penyimpanan tidak mengandung barang yang diharamkan seperti, babi, anjing (binatang yang diharamkan oleh Allah SWT). Dengan adanya label halal yang tercantum pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan serta minat belinya.¹⁶

Label halal pada kemasan tiap produk sangat berarti untuk konsumen muslim. Sertifikasi halal MUI buat makanan, farmasi, kosmetik serta produk yang lain dicoba buat membenarkan status kehalalan buat membenarkan mengonsumsi konsumen.¹⁷ Label halal ini bertujuan juga untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga

¹⁶ Dwi Wibiwo & Benny Diah Mandasari "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan, 75-76. File:///C:/Users/Hp/Downloads/3400-10329-1-Pb.Pdf.

¹⁷Tengku Putri Lindung Bulan "Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa, Vol. 06, No.2, 2017. [Http://Jurnal.Unsam.Ac.Id/Index.Php/Jmk/Article/View/679](http://Jurnal.Unsam.Ac.Id/Index.Php/Jmk/Article/View/679)

dapat menenteramkan batin (hati) konsumen dalam mengkonsumsinya. Produk yang bersertifikasi halal sendiri ialah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan sistem jaminan halal memenuhi standar Lembaga Pengkajian dan Pensertifikasian Halal di Indonesia. Hasilnya produk para pelaku usaha diberi label kehalalan, yang saat ini Label halal dianggap sebagai simbol atas kualitas, kesehatan, kebersihan, dan praktik etika.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 indikator label halal adalah:

- a) Gambar, Merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dsb.) dibuat dengan coretan alat tulis.
- b) Tulisan Merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- c) Kombinasi Gambar dan Tulisan, Merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian
- d) Menempel pada kemasan, Dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat, (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).¹⁸

Makanan dan minuman halal tak hanya sebatas berlabel halal saja, berdasarkan pernyataan KEMENAG produk makanan dan minuman menduduki peringkat 2 berdasarkan SGIE (*State of the Global Islamic Economy*) Report 2022. Mendapat posisi

¹⁸ Muladi "Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan", 2017. <https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Home/Details/54404>

peringkat 2 menjadikan makanan halal di Indonesia termasuk paling banyak dan terluas di dunia. Makanan halal adalah sesuatu yang dibolehkan untuk dikonsumsi menurut ketentuan syariat Islam. Halal di sini baik makanan yang berasal dari tumbuhan, buah-buahan, ataupun hewan yang dikategorikan boleh dimakan. Makanan akan menjadi haram jika makanan tersebut dilarang menurut hadis atau fatwa ulama.¹⁹

Halal berarti diperbolehkan dalam bahasa arab serta Syariah bagi Syariah. Bila berdialog tentang makanan serta minuman yang diartikan merupakan Makanan serta minuman yang boleh disantap oleh umat Islam Prinsip Halal serta Haram dalam Islam merupakan:

1. Mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram itu berkonsekuensi murtad.
2. Sesuatu yang mengantarkan kepada hal yang haram, maka itu juga dihukumi haram.
3. Mengakali yang haram untuk membuat sebuah produk agar dianggap halal maka hukumnya haram.
4. Pada dasarnya segala sesuatu itu halal kecuali ada larangan yang mengharamkan.
5. Sesuatu yang diharamkan itu karena keburukannya dan berbahaya.
6. Dalam sesuatu yang halal ada yang membuat kita tidak butuh kepada yang haram.

¹⁹ Asep Suheri “Pengaruh Makanan Halal Dan Thayyib Terhadap Manusia Dalam Kajian Kitab Al-Asas Fi Al-Tafsi”, 2020,16.

7. Hindari yang tidak jelas agar tidak terjerumus kepada yang haram.
8. Haram itu haram untuk semuanya kecuali dalam kondisi darurat.
9. Halal dan haram kehendak Allah.
10. Niat baik tidak menghasilkan sesuatu yang haram jika prosesnya tetap baik dan sesuai syariat Islam.
11. Hal yang darurat bisa mengubah yang haram menjadi halal sesuai kadardaruratnya. Dari dalil-dalil di atas, Islam memberikan konsep halalan thayyiba dalam menetapkan kualitas makanan. Konsep ini kemudian diterjemahkan menjadi SHJ (*sistem jaminan halal*) dan dikembangkan oleh mayoritas Muslim. Jenis halal merupakan metode makanan ditaruh, diangkut, serta disajikan saat sebelum kesimpulannya disantap. Ketiga proses tersebut bisa mengganti status makanan dari halal jadi haram, misalnya bila makanan disajikan di atas piring emas ataupun ditaruh dengan makanan serta dikirim ke tujuan yang tidak pas, hingga sebutan halal dalam perihal ini mempunyai 2 makna: seluruh suatu yang membatasi seorang dari hukuman bila ia memakainya, serta sebagian perihal yang bisa dicoba bagi kebenaran.²⁰

2. Toyyib

a) Pengertian Toyyib

²⁰ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam*, (Jakarta: Pt. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996), Cet. I, Jilid 2, 505.

Kata "Toyyib" secara bahasa lezat, sehat serta di atas segalanya menyenangkan serta dari konteks makanan bagi sebagian interpretasi itu mengacu pada makanan yang baik serta tidak tercemar secara material serta tidak bercampur dengan kotoran. Konsep toyyib berarti baik berfokus pada mutu produk, Gizi, kebersihan, keamanan serta kesehatan²¹. Toyyiban dapat diartikan dengan standar kelayakan, kebersihan dan efek fungsional bagi manusia. Bisa kita lihat bahwa pengertian toyyiban menunjukkan ciri-ciri kualitas barang yang Adapun istilah toyyiban secara bahasa berarti baik. Namun pengertian toyyiban berkembang mengikuti perkembangan zaman. Secara garis besar toyyiban bermakna hal-hal yang berguna dan tidak merusak bagi tubuh dan pikiran. Sebagai contoh, makanan halal yang mengandung nutrisi seimbang dan tidak merusak dapat dikatakan toyyib. Seiring dengan perkembangan zaman, toyyiban dapat diartikan dengan standar kelayakan, kebersihan dan efek fungsional bagi manusia. Bisa kita lihat bahwa pengertian toyyiban menunjukkan ciri-ciri kualitas barang yang baik..²²

Apabila kita memperhatikan makna toyyib sebagaimana dikemukakan oleh para ulama, yaitu sesuatu yang lezat, suci (bukan najis), dan tidak membahayakan pada tubuh dan akal, maka yang menentukan toyyib itu bukan bangsa Arab, juga bukan manusia secara umum, melainkan para ulama dan pakar gizi. Seperti makna *khabits* sebagaimana disebutkan oleh para ulama misalnya, yaitu kebalikan dari makna Toyyib; sesuatu yang najis, membahayakan pada tubuh dan akal, serta tidak lezat, maka yang

²¹ Fauzan Ra'if Muzakki "Konsep Makanan Halal Dan Toyyib Terhadap Kesehatan Dalam Al-Qur'an, 2020, 14.

²² W Walhidayah "Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia ,Edisi 11, 2020. <https://www.kneks.go.id/storage/upload/1605415120insight%20edisi%2011.pdf>

mengetahui hal itu bukanlah bangsa Arab atau manusia biasa pada umumnya, melainkan para ulama, kalangan ahli gizi, para dokter umum, dan dokter-dokter hewan. Untuk merealisasikannya, perlu adanya kerjasama antara para ulama, para ahli gizi, para dokter umum, dan para dokter hewan. Sebab para ulama dalam bidang agama tidak mengetahui persis aspek bahaya yang terkandung di dalam bahan makanan, sebagaimana para ahli gizi, dokter umum, dan dokter hewan yang tidak mengetahui persis aspek kesucian dan kehalalan yang ada di dalamnya.²³

Memahami soal toyyib ini maka umat Islam harus memperhatikan aspek ini demi kesehatan. Pada dasarnya termasuk toyyib dalam Islam menyangkut masalah-masalah yang berkaitan dengan kesehatan dan kebaikan manusia. Toyyib dapat di artikan sebagai berikut:

1. Baik berarti tidak memiliki nilai buruk bagi kesehatan jasmani maupun rohani.
2. Menyehatkan materi yang di konsumsi harus menyehatkan bagi konsumen bila sebaliknya maka harus ia tinggalkan. Atau tidak bertolak belakang dengan kondisi kesehatan seseorang.
3. Tidak membahayakan, dalam perspektif syariah standar ini harus dibakukan dengan standar kualitas makanan yang tidak berbahaya bagi kesehatan manusia.

²³ Fauzan Ra'if Muzakki "Konsep Makanan Halal Dan Toyyib Terhadap Kesehatan Dalam Al-Qur'an", 19 Oktober 2021, 16.

4. Bersih, dalam artian diperoleh dengan cara yang benar dan tidak diperoleh dengan cara yang tidak halal. Ataupun terhindar dari berbagai macam penyakit.²⁴

Produk Halal serta Toyib merupakan produk yang dinyatakan halal serta baik bagi syariat Islam. Pengolahan Produk Halal yang berikutnya diucap PPH merupakan serangkaian aktivitas buat menjamin kehalalan produk serta ketersediaan bahan yang baik. pengerjaan yang baik penyimpanan yang baik pengemasan yang baik pendistribusian yang baik, merchandising serta presentasi produk Bagi ketentuan dalam Pasal 68 Peraturan Pemerintah Nomor. 31 Agustus 2019, produk yang membutuhkan sertifikat Halal pada dasarnya terdiri dari 2 jenis utama: benda serta jasa.²⁵

Memakan makanan yang toyyib bisa pengaruhi pertumbuhan serta perkembangan badan buat kesehatan serta pertumbuhan yang baik. Terdapat sebagian penanda mengkonsumsi makanan Toyyib yang dapat dijadikan acuan buat beribadah kepada Allah SWT, ialah:

- 1) Kebersihan serta kesucian makanan halal. Tetapi terdapat sebagian perihal yang tidak sering disadari serta mementingkan proses penciptaan, kebersihan, kemurnian. Perlengkapan serta posisi, sehingga dalam perihal ini butuh:
 - a) Tidak termaksud hewan yang dilarang ataupun disembelih bagi Islam

²⁴ Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah Ed, Halal Haram Dalam Makanan, 46-49.

²⁵ W Walhidayah "Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia ,Edisi 11, Juli 2020. https://www.kneks.go.id/storage/upload/1605415120insight%20edisi%2011_Pdf

- b) Tidak terdapat bahan Najis tercantum lemak babi, bangkai, obat- obatan
- c) tidak tercampur dengan yang haram sepanjang persiapan, pemrosesan ataupun penyimpanan

2) Tidak mengganggu badan serta enak Halal Makanan Toyib an pada dasarnya baik. Namun parameter yang baik merupakan relatif. Ini berarti kalau mereka mempunyai kompatibilitas yang berbeda antara orang- orang. Oleh sebab itu, Kamu wajib bijak dalam memilih makanan yang betul- betul cocok dengan keadaan raga Kamu. serta kesehatan mental kita, semacam kolesterol Makan sangat banyak serta sangat banyak daging bisa merugikan kesehatan, sehingga pola makan tidak lagi baik.

3) Tidak terdapat bahan syubhat, yang berarti mereka tiba dalam kondisi curiga serta kombinasi. Keraguan dalam perihal ini merupakan kenapa suatu itu halal ataupun haram. Sebaliknya percampuran bisa terjalin kala yang haram bercampur dengan yang halal. Oleh sebab itu, susah buat membedakan antara keduanya. Jadi metode terbaik buat melindungi diri dari makanan yang meragukan merupakan perilaku wara.²⁶

Makanan yang toyyib ialah makanan yang sehat proposional (tidak berlebihan) tidak sangat banyak) serta nyaman buat dimakan. serta pastinya halaldirangkainya pemerintah makan dengan perintah beragama menuntut supaya manusia senantiasa

²⁶ Fauzan Ra'if Muzakki "Konsep Makanan Halal Dan Toyyib Terhadap Kesehatan Dalam Al-Qur'an,2020, 20-21.

mencermati aspek syukur, ialah menjauhi seluruh suatu yang menimbulkan penderitaan serta mengusik rasa nyaman. akibat melanggar hukum Allah di dunia ini. Sebaliknya siksaan di akhirat merupakan akibat dari pelanggaran syariat. Hukum Tuhan di dunia berhubungan dengan makanan, semacam siapa yang makan makanan kotor ataupun bakteri. ia hendak sakit Penyakit pelanggaran ini merupakan azab Allah di dunia. bila demikian Memerintahkan buat jadi religius di duniawi serta dalam kaitannya dengan makanan Mewajibkan kalau seluruh makanan yang di cerna tidak menimbulkan penyakit ataupun, dengan kata lain, nyaman buat pemakan. wajib memberinya keamanan buat kehidupan ukhrawiyahnya..

Oleh sebab itu, umat Islam wajib berjaga tentang bagaimana mereka diberi makan. serta sadar hendak makanan yang hendak mengkonsumsi. Di sisi lain, terdapat banyak tipe makanan siap saji yang tersebar leluasa di masyarakat, dengan seluruh berbagai wujud serta kemasan yang indah. Tetapi terdapat sebagian komponen yang beresiko untuk kesehatan kita. Sebab itu, umat Islam tidak boleh terjebak dengan iklan yang mendesak mengkonsumsi makanan serta minuman tertentu. Muslim wajib mengecek komposisi makanan, bertepatan pada kedaluwarsa serta kehalalan makanan. Para ulama berbeda komentar dalam satu komentar tentang apa yang orang anggap selaku makanan. sebab tidak disebutkan secara jelas dalam Al- Quran dan As- Sunnah.²⁷

27 Julian Saputra "Pengaruh Kualitas Produk Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Makanan Tela Krezz Cabang Bekasi", 2019,43.

Memilih makanan serta minuman berlabel halal juga toyyib warga lebih dahulu-wajib mengedukasi diri lewat promosi buat mengenali keberadaan serta khasiat produk tersebut. kesuksesan bisnis tidak lepas dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen pula jadi salah satu aspek kunci dalam berbisnis. Kala konsumen bahagia, mereka secara langsung ataupun tidak langsung tingkatkan penjualan

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Pembeli puas dengan pembelian bergantung pada kinerja penawaran dalam kaitannya dengan harapan pembeli. serta apakah pembeli menginterpretasikan sesuatu ketidaksesuaian. Kepuasan umumnya ialah perasaan puas ataupun kecewa seorang yg didapatkan asal perbandingan kinerja yg dialami sesuatu produk.(ataupun hasil) berlawanan menggunakan harapan Jika kinerja tidakenuhi harapan Pelanggan tidak hendak puas Jika kinerjaenuhi harapan Apakah pelanggan hendak puas ataupun sangat senang ?Penilaian kinerja produk pelanggan bergantung pada banyak aspek. spesialnya tipe ikatan yang dipunyai pelanggan dengan tiap merk. Konsumen cenderung membangun pemahaman yang lebih baik tentang sesuatu produk dengan merk yang mereka anggap positif.²⁸

Bagi KBBI (*kamus Besar Bahasa Indonesia*) , kepuasan berasal dari kata puas, perasaan bahagia (mengasyikkan, puas, lega, dll) Kepuasan konsumen ini sangat

²⁸ Philip Kotler, Kevin Keller, Manajemen Pemasaran Edisi Xiii Jilid I, Jakarta: Erlangga, 2009, 138-139.

didasarkan pada anggapan serta harapan konsumen itu sendiri, yang ialah faktor- faktor yang pengaruhi konsumen. anggapan serta harapan dikala membeli Benda ataupun jasa yang pengaruhi merupakan kebutuhan serta kemauan yang dialami konsumen dikala membeli benda ataupun jasa. pengalaman lebih dahulu dalam komsumsi benda ataupun jasa serta pengalaman sahabat komsumsi serta pula mempromosikan benda ataupun jasa.²⁹.

Adapun Indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

- 1) Kualitas produk Yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan Yakni pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang mereka inginkan.
- 3) Emosi dimana mereka akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu.
- 4) Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- 5) Biaya Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.³⁰

²⁹ Merthiana Indrasari “Pemasaran & Kepuasan Pelanggan”,Unitomo Press, 2019, 81.

³⁰Mei Fatmawati Dwi “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, In-Store Display, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Umkm Center Jawa Tengah),No.1,15-5-2019, 24.

Bagi Schnaars, secara universal tujuan dari suatu bisnis merupakan buat menghasilkan pelanggan yang senang. Menghasilkan kepuasan pelanggan bisa berguna. Ini tercantum ikatan yang harmonis antara industri serta pelanggannya. Meletakkan bawah yg baik buat pembelian kesekian serta membentuk loyalitas pelanggan. serta membentuk saran asal verbal ke mulut yg menguntungkan buat bisnis. Kotler, di sisi lain, menekankan kalau kepuasan pelanggan merupakan tingkatan perasaan seseorang setelah perbandingan kinerja.(ataupun hasil) yg ia rasakan dibanding menggunakan harapannya.³¹

Pemenuhan kebutuhan konsumen ialah idaman tiap bisnis. Konsumen yang puas dengan produk serta layanan cenderung membeli ulang produk serta mendaur ulang layanan bila permintaan yang sama timbul lagi di masa depan. Ini berarti kalau kebahagiaan merupakan pendorong utama kembalinya pelanggan serta menyumbang sebagian besar pemasukan industri. Lovelock mengatakan kebahagiaan selaku kondisi emosional. Respon sehabis pembelian bisa berbentuk kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan ataupun kepuasan.

Woodside menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

³¹ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Edisi Iii, Yogyakarta: Andi, 2008, 23-24.

Aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif yaitu :

- 1) *Warranty costs*. Beberapa perusahaan dalam menangani warranty costs produk/jasa mereka dilakukan melalui persentase penjualan. Kegagalan perusahaan dalam memberi kepuasan kepada pelanggan biasanya karena perusahaan tidak memberi jaminan terhadap produk yang mereka jual kepada pelanggan.
- 2) Penanganan terhadap komplain dari pelanggan. Secara statistic hal ini penting untuk diperhatikan, namun seringkali terlambat bagi perusahaan untuk menyadarinya. Bila komplain/klaim dari pelanggan tidak secepatnya diatasi, maka customer defections tidak dapat dicegah.
- 3) *Market Share* Merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Jika market share diukur, maka yang diukur adalah kuantitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.
- 4) *Costs of poor quality*. Yakni hal ini dapat bernilai memuaskan bila biaya untuk defecting customer dapat diperkirakan.
- 5) *Guiltinan* mengemukakan bahwa salah satu manfaat dari kepuasan pelanggan ini adalah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.³²

Dari beberapa definisi indikator yang telah jelaskan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbandingan antara harapan serta kinerja. ataupun hasil yang dialami Pelanggan puas

³² Merthiana Indrasari "Pemasaran & Kepuasan Pelanggan", Unitomo Press, 2019, 81-82.

kala kebutuhan mereka terpenuhi, nyata ataupun dibayangkan, penuhi ataupun melebihi harapan mereka sepanjang serta sehabis mengkonsumsi serta pemakaian produk ataupun layanan. Konsumen hendak mempunyai perasaan puas serta tidak puas. Kepuasan konsumen mengacu pada totalitas perilaku yang ditunjukkan konsumen terhadap produk ataupun layanan sehabis menerima serta memakainya. Ini merupakan peringkat pasca-pilihan bersumber pada pembelian serta pengalaman khusus memakai/ konsumsi produk ataupun layanan.³³

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi, sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat intangible, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor sebagai berikut :

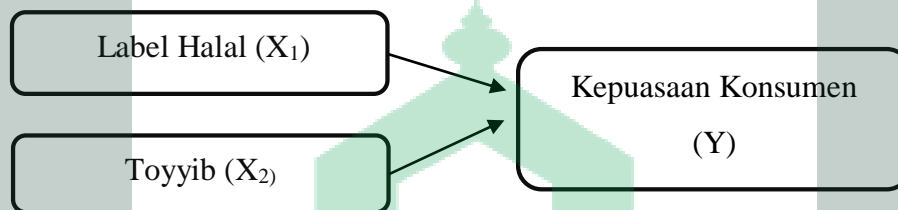
- 1) Bukti langsung (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

³³ Richard F. Gerson, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Jakarta: Ppm, 2002, 5.

- 5) Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.³⁴

C. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ada 2 variabel independen pada penelitian ini: label Halal serta label toyyib. Hal ini dipergunakan buat mengkaji dampak terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. buat memudahkan aktivitas penelitian dan memperjelas alur wangsit penelitian. oleh sebab itu, peneliti mendefinisikan kerangka seperti yg dapat dipandang pada tabel pada bawah ini:



Gambar 2.2

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empiris yang terkumpul.³⁵ Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha₁ : Label Halal Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.

³⁴ Richard F. Gerson, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Jakarta: Ppm, 2002, 11-12.

³⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2011, 43).

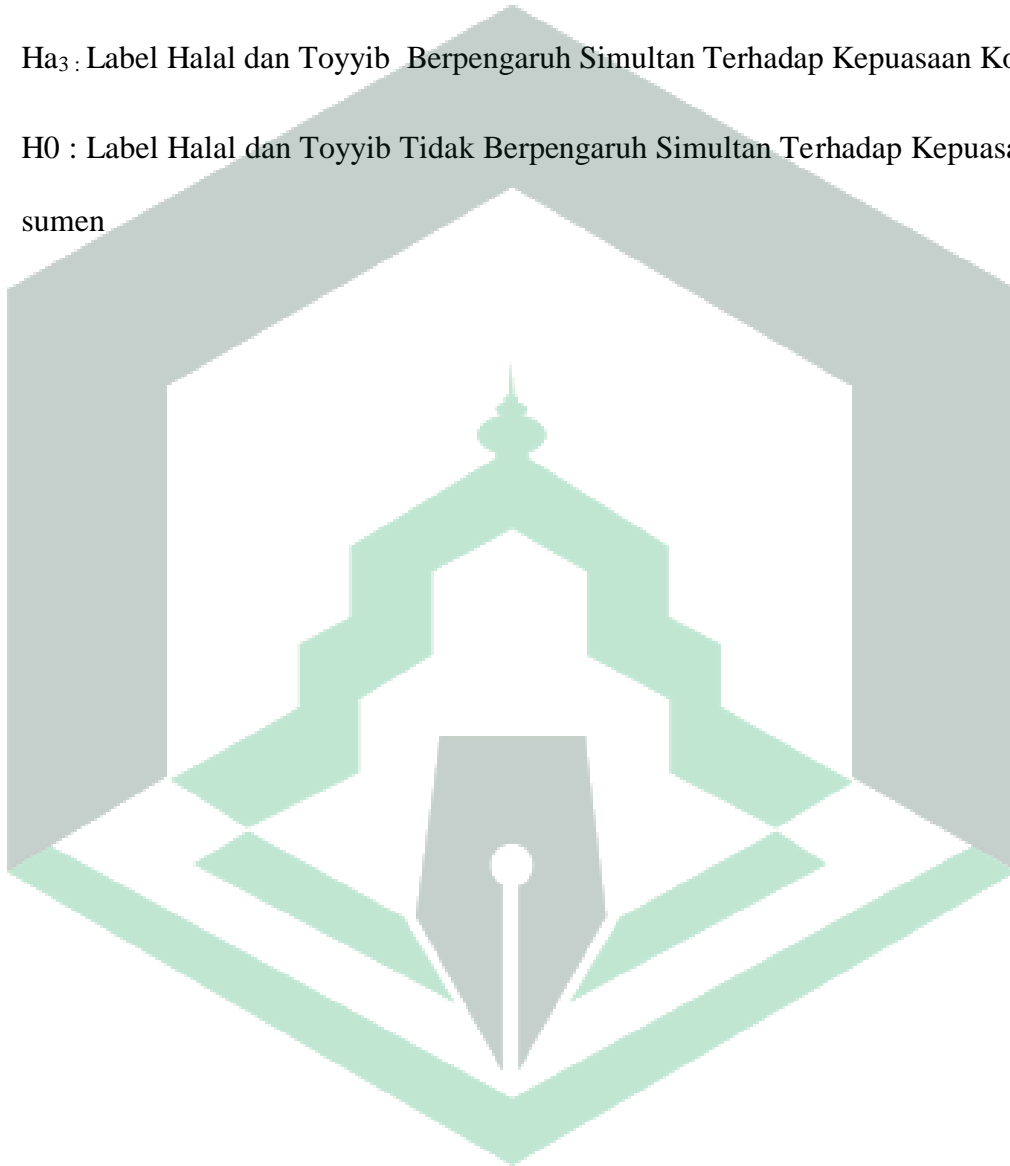
H₀ : Label Halal Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

H_{a2}: Toyyib Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

H₀: Toyyib Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

H_{a3}: Label Halal dan Toyyib Berpengaruh Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

H₀ : Label Halal dan Toyyib Tidak Berpengaruh Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen



BAB III

Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan angka sebagai dasar untuk membuat generalisasi tentang suatu fenomena. Ini menekankan analisis numerik data menggunakan teknik komputasi. Angka-angka yang digunakan dalam analisis statistik berasal dari skala objektif pengukuran unit analisis yang disebut variable.³⁶

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ialah sesuatu tempat ataupun daerah dimana periset melaksanakan aktivitas buat mendapatkan data- data yang diperlukan. Riset ini dicoba Di Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan tepatnya di Kecamatan Wara, ada pula waktu riset disesuaikan dengan agenda.

C. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Label Halal	Label halal adalah pencatuman tulisan atau pernyataan halal pada	1. Adanya Sertifikasi Label Halal di Kemasan Produk Dan Tempat.

³⁶R. Ananda (Ed), "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Citapustaka Media: Bandung,2014)

		kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. ³⁷	<ol style="list-style-type: none"> 2. Label Halal Memberikan Rasa Aman. 3. Produk Terhindar Dari Bahan Haram 4. Melihat Komposisi/Bahan Baku Produk.
2	Toyyib	<p>ata "Toyyib" dari segi bahasa berarti "lezat", "baik", "sehat", "Paling utama" dan "menenteramkan".</p> <p>Dalam konteks makanan, menurut sebagian pakar tafsir berarti makanan yang tidak kotor dari segi zatnya dan tidak rusak (kadaluarsa) atau dicampuri oleh benda-benda haram³⁸</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memilih Makanan Yang Toyyib/Baik Untuk Memastikan Kesehatan. 2. Tidak Kotor, Rusak Dan Tidak Kadaluarsa. 3. Menjaga Fisik Dan Mental. 4. Sesuai Dengan Syariat

³⁷Fitria Vega Sylvania Mujiono, "Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan Dan Harga Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan, Impor.2018, 34,55, [Http://Repository.Ub.Ac.Id/Id/Eprint/164882/1/Fitria%20vega%20sylvania%20mujiono.Pdf](http://Repository.Ub.Ac.Id/Id/Eprint/164882/1/Fitria%20vega%20sylvania%20mujiono.Pdf).

³⁸Fauzan Ra'if "Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Terhadap Kesehatan Dalam Al-Qur'an, 2021, 20.

			5. Memerhatikan Tempat.
3.	Kepuasan Konsumen	Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Kepuasan Konsumen juga merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan ³⁹	1. Memberikan Kenyamanan Kepada Konsumen. 2. Tinggi Rasa Kepuasan Dan Pengalaman Yang Dirasakan Konsumen Maka Semakin Besar Juga Kemungkinan Konsumen Akan Kembali Berbelanja 3. Memahami Konsumen.

D. Populasi dan Sampel

³⁹Endel Black Well, Minard, Perilaku Konsumen Jilid I Edisi Keenam. (Jakarta: Bina Pura Aksara, 1994), 11

Populasi merupakan ruang lingkup penelitian.⁴⁰ . Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat sebanyak 33. 878 jiwa. sebaliknya sampelnya merupakan wakil dari populasi. serta ilustrasi yang digunakan merupakan 97 responden.Sampel berguna untuk menggunakan peneliti melakukan penelitian karena penggunaan sampel dapat meminimalisir penggunaan biaya dan mempersingkat waktu⁴¹ . Dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Dalam hal ini yang dipertimbangkan untuk menjadi sampel adalah Kelurahan Wara dengan alasan yang telah disebutkan diatas.

Dalam Penentuan sampel merujuk pada teori slovin dengan rumus :

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

$$n = \frac{3.141}{1 + 3.141(0,1)^2}$$

$$n = 97$$

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Pengumpulan informasi dalam penelitian ini memakai metode kuesioner. Metode ini dicoba dengan mengajukan persoalan terhadap objek yang hendak diteliti.Kuesioner digunakan buat mengenali pengaruh label halal dan toyyib terhadap

⁴⁰R. Ananda (Ed), “Metodologi Penelitian Kuantitatif”, (Citapustaka Media: Bandung,2 014), 171-172

⁴¹Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2011),84-85

kepuasan konsumen dikala membeli makanan serta minuman. Kuesioner dalam penelitian ini dirancang dalam format opsi ganda dengan 5 mungkin jawaban buat tiap persoalan. Skala pengukuranyangdigunakandalam penelitian ini merupakan skala Likert, dengan 5 selaku skor paling tinggi serta 1 selaku skor terendah.

2. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi dari buku-buku, jurnal, artikel ilmiah, hasil penelitian-penelitian terdahulu (skripsi) dan sumber lainnya yang relevan baik dengan mengaksesnya secara langsung yaitu mengunjungi perpustakaan ataupun secara tidak langsung melalui akses media internet.

E. Instrumen Penelitian

Skala likert di desain untuk menguji kekuatan “setuju” atau “tidak setuju” subjek terhadap suatu pernyataan. Skala ini merupakan salah satu skala yang dilakukan guna mengumpulkan data demi mengetahui atau mengukur data yang sifatnya kualitatif maupun kuantitatif. Data inilah yang diperoleh untuk mengetahui pendapat, persepsi hingga seseorang terhadap sebuah fenomena yang sedang terjadi atau diteliti. Tingkat persetujuan yang dimaksud adalah skala likert 1-5 pilihan, dengan gradasi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS), berikut ini tingkatannya:

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Ragu-Ragu (RG)
4. Tidak Setuju (TS)

5. Sangat Tidak Setuju (STS).⁴²

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang paling mendasar dan mencakup beberapa pertimbangan sebagai acuan terhadap reliabilitas. Jika R hitung > R tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid).⁴³

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal (X1)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,517	0,196	Valid
X1.2	0,496	0,196	Valid
X1.3	0,362	0,196	Valid
X1.4	0,451	0,196	Valid
X1.5	0,506	0,196	Valid
X1.6	0,709	0,196	Valid

⁴² Sampoerna University, Pengertian Skala Likert Cara Penggunaan Dan Contoh, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-skala-likert-cara-penggunaan-dan-contoh/>, Diakses Tanggal 22 April 2022.

⁴³ Komarudi Dan Dr Sarkadi, Evaluasi Pembelajaran (Rizqita Publishing & Printing, Yogyakarta: 2017), 119

Berdasarkan hasil output SPSS di atas menunjukkan nilai R lebih besar dari nilai R tabel 0,0196 maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel label halal (X1) dinyatakan valid. Jika pernyataan tidak valid karena adanya Bahasa didalam pernyataan yang tidak terlalu dipahami, pernyataan yang berulang, sampel yang terlalu sedikit dan juga biasanya responden “cari aman” dengan memilih skala jawaban di tengah.

Tabel 3.3 Uji Validasi Variabel Toyyib (X2)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,635	0,196	Valid
X2.2	0,473	0,196	Valid
X2.3	0,624	0,196	Valid
X2.4	0,637	0,196	Valid
X2.5	0,728	0,196	Valid

Berdasarkan hasil output SPSS di atas menunjukkan nilai R lebih besar dari nilai R tabel 0,0196 maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel Toyyib (X2) dinyatakan valid. Jika pernyataan tidak valid karena adanya Bahasa didalam pernyataan yang tidak terlalu dipahami, pernyataan yang berulang, sampel yang terlalu sedikit dan juga biasanya responden “cari aman” dengan memilih skala jawaban di tengah.

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0,646	0,196	Valid
Y2	0,626	0,196	Valid
Y3	0,684	0,196	Valid
Y4	0,769	0,196	Valid
Y5	0,701	0,196	Valid

Berdasarkan hasil output SPSS diatas menunjukkan nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel 0,196 maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel kepatuhan wajib pajak (Y) dinyatakan valid. Jika pernyataan tidak valid karena adanya Bahasa didalam pernyataan yang tidak terlalu dipahami, pernyataan yang berulang, sampel yang terlalu sedikit dan juga biasanya responden “cari aman” dengan memilih skala jawaban di tengah

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,6$. Instrumen

yang reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.⁴⁴

Tabel 3.5 Realibilitas

Variabel	Cronbach alpha	Batas Minimal	Keterangan
		Cronbach alpha	
X1	0.608	0,6	Reliabel
X2	0,603	0,6	Reliabel
Y	0,717	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil output SPSS diatas menunjukkan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari nilai 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel label halal (X1), toyyib (X2), dan kepatuhan kepuasaan konsumen (Y) dinyatakan reliabel. Adapun jika pernyataan tidak reliabel umumnya karena adanya kemungkinan keraguan kata sehingga menimbulkan multi-persepsi, baik dalam bahasa sama atau malah dalam bahasa dan budaya respondents yang berbeda dan pernyataan yang berubah-ubah waktunya.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda karena terdiri dari 2 variabel bebas (independen) dan 1 variabel terikat (dependen). Analisis data dilakukan dengan menggunakan

⁴⁴ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), 123.

Software *Statistical Product And Service Solutions (SPSS) for Windows versi*

22. Namun sebelum hasil analisis dari sebuah model regresi yang akan digunakan itu diinterpretasikan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian data sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear OLS agar model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga. Asumsi Klasik yang akan dibedakan ada tiga yaitu:

a. Uji Normalitas

Pemeriksaan normalitas, dilakukan untuk mengetahui apakah sampel data berasal dari populasi normal atau tidak. Kenormalan data dapat dilihat dari residualnya. Jika nilai $0,05 < \text{Sig.}$ Sampel data berdistribusi normal.⁴⁵

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan kondisi dimana dua atau lebih variabel bebas saling berkorelasi. Estimasi parameter dalam model regresi menjadi bias ketika kondisi ini terjadi, selain sesatan bakunya menjadi besar, koefisien regresinya juga relatif kurang presisi. Munculnya multikolinearitas dapat diindikasikan dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), yang merupakan simpangan baku

⁴⁵Getut Pramesti, "Statistika Lengkap Secara Teori Dan Aplikasi Dengan Spss 23", (Pt Elex Media Komputindo: Jakarta, 2016), 67-69

kuadrat dan digunakan untuk mengukur keretakan hubungan antar-variabel bebas. Nilai VIF melebihi 10 menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas.⁴⁶

2. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas/ response (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/ predictor (X_1, X_2, \dots, X_n). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variable tak bebas/ response (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/ predictor (X_1, X_2, \dots, X_n) diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel - variabel bebasnya. Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan atau rumus yang terbentuk :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

⁴⁶Tirta Imarrye Manoy Dkk, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi" Jurnal Emba, Vol.9, No. 4 Oktober 2021, 317

Y = Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen

α = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel independen

X₁ = Kualitas Produk sebagai variabel independen

X₂ = Label Halal sebagai variabel independen

ϵ = Error of term.⁴⁷

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi.

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji-R²)

Koefisien determinasi yakni suatu nilai penggambaran mengenai perkiraan perubahan yang terjadi dari hadirnya suatu variabel bebas.⁴⁸

b. Uji Parsial (Uji-t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 5% (0,05).

Ketentuan pada Uji-t yaitu :

- 1) H₁ diterima sementara H₀ ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti variabel

⁴⁷ I Made Yuliara "Regresi Linear Berganda".2016.H.2-3. https://simdos.unud.ac.id/uploads/File_Pendidikan_1_Dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf

⁴⁸Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss", (Edisi Iii; Semarang; Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005), 44.

bebas dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antara kedua variabel yang diuji.

- 2) H_0 diterima sementara H_1 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh diantara variable yang diuji

c. Uji Signifikan Simultan (Uji-f)

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari variabel X pada variabel Y maka dilakukan uji-F. Perlakuan tes ini dengan menggunakan koefisien determinasi yang diakarkan.⁴⁹

Ketentuan pada Uji-F yaitu :

- 1) H_1 diterima sementara H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antara kedua variabel yang diuji.
- 2) H_0 diterima sementara H_1 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh diantara variable yang diuji.

⁴⁹ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss", (Edisi Iii; Semarang; Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005), 85

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Lokasi Penelitian

a. Sejarah Kota Palopo



Gambar 4.1 Logo Kota Palopo

Kota Palopo, tadinya Kota Administratif Palopo(Kotip), merupakan bunda kota KabupatenLuwu yang didirikan bersumber pada PeraturanPemerintah(PP) Nomor. 42 Tahun 1986, dengan masa kala gaung reformasi berjuang serta lahir. Pencapaian UU Nomor. 22 Tahun 1999 serta PP 129 Tahun 2000 membolehkan yurisdiksi di segala Indonesia penuh beberapa persyaratan buat ditingkatkan jadi wilayah otonom.

Tanggal 2 Juli 2002, merupakan salah satu tonggak sejarah perjuangan pembangunan Kota Palopo, dengan ditanda tangannya prasasti pengakuan atas

daerah otonom Kota Palopo oleh Bapak Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia berdasarkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2002 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kota Palopo dan Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Selatan, yang akhirnya menjadi sebuah Daerah Otonom dengan bentuk dan model pemerintahan serta letak wilayah geografis tersendiri, berpisah dari induknya yakni Kabupaten Luwu.

Diawal terbentuknya sebagai daerah otonom. Kota Palopo hanya memiliki 4 Wilayah Kecamatan yang meliputi 19 Kelurahan dan 9 Desa. Namun seiring dengan perkembangan dinamika Kota Palopo dalam segala bidang sehingga untuk mendekatkan pelayanan-pelayanan pemerintahan kepada masyarakat, maka pada tahun 2006 wilayah kecamatan di Kota Palopo kemudian dimekarkan menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan.⁵⁰

b. Visi dan Misi Kota Palopo

1) Visi Kota Palopo 2018-2023

“Terwujudnya Palopo Sebagai Kota Maju, Inovatif dan Berkelanjutan Pada Tahun 2023”

2) Misi Kota Palopo 2018-2023

- a) Melaksanakan layanan Pendidikan, Kesehatan serta jaminan dan perlindungan sosial untuk kelompok rentan;

⁵⁰ Wikipedia “Kota Palopo”.22-03-2022.https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Palopo

- b) Mewujudkan lingkungan yang layak huni melalui pembangunan infrastruktur perkotaan, penataan, sanitasi dan ruang terbuka hijau;
- c) Memodernisasi layanan public, meningkatkan kualitas aparatur dan tata Kelola pemerintahan, serta mendorong partisipasi publik dalam pembangunan;
- d) Mendorong Kewirausahaan berbasis jasa dan niaga melalui peningkatan keterampilan hidup, permdalan, dan pendampingan bisnis;
- e) Mewujudkan Iklim yang toleran terhadap pembangunan pariwisata & ekonomi kreatif yang bercirikan nilai budaya luwu.

2. Deskripsi Data Responden

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat kecamatan wara kota palopo, ada 97 masyarakat wara yang menjadi sampel/populasi yang ditemui pada saat penelitian berlangsung.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Presentase
Pria	33	33%
Wanita	67	67%
Jumlah	97	100%

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin dari 97 responden maka jumlah responden terbesar adalah yang berjenis kelamin wanita sebesar 67%, sedangkan responden berjenis kelamin pria sebesar 33%.

b. Usia/Umur Responden

Adapun karakteristik berdasarkan umur dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Responden	Persentase
<30	80 responden	80%
31-45	10 responden	10%
46-50	7 responden	7%
>50	3 responden	3%
Jumlah	97responden	100%

Berdasarkan tabel diatas mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, maka jumlah responden terbesar adalah responden berusia <30 tahun sebanyak 80 responden atau 80%, reponden berusia 31-45 tahun sebanyak 10 responden atau 10%, responden berusia 46-50 tahun sebanyak 7 responden atau 7% dan responden berusia >50 tahun sebanyak 3 responden atau 3%.

3. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui distribusi penyebaran data maka dilakukan tes normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-smirnov tes sebagai berikut :

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas
One-sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.70858171
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.072
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.009
Asymp. Sig. (2-tailed)		.261

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji statistic untuk normalitas diperoleh nilai signifikan yaitu 0,261 Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,261 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang ada pada penelitian ini berdistribusi normal

Menurut Ghozali mengungkapkan bahwa adapun tujuan dilakukannya uji normalitas pada sebuah data yaitu untuk menguji data yang ada mempunyai distribusi normal. Dikatakan berdistribusi normal apabila nilai sig dari hasil uji lebih besar dari 0,05.⁵¹

⁵¹ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS", (Edisi III; Semarang; Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005).

b. Uji Multikolonelitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonelitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Label Halal	.915	1.092
Toyyib	.915	1.092

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik untuk uji multikolonelitas diperoleh hasil bahwa variabel label halal (X1), dan toyyib (X2) tidak terjadi gejala multikolonelitas. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji dimana nilai VIF (*Variance Inflating Factor*) untuk kedua variabel yaitu label halal (X1) $1.092 < 10$, dan toyyib (X2) $1,092 < 10$. Sementara untuk nilai tolerance yaitu, label halal (X1) $0.915 > 0,1$, dan toyyib (X2) $0,915 > 0,1$. Hasil pengujian ini sesuai dengan teori yang ditemukan oleh Ghozali yaitu untuk mengetahui tentang uji multikolonelitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflating Faktor*) dan tolerance, jika $VIF > 10$ dan tolerance $< 0,1$ maka terjadi multikolonelitas sedangkan apabila $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolonelitas,⁵²

⁵² Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS", (Edisi III; Semarang; Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005).

c. Hasil Uji Heterodastisitas-Glesjer

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser sebagai berikut: Tabel 4.5 Hasil Uji Heterodastisitas-Glejs

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.660	1.763		2.075	.041
	Label	-.027	.065	-.045	-.421	.675
	Halal					
	Toyyib	-.069	.045	-.165	-1.561	.122

a. Dependent Variable: absres

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas menggunakan uji gletser diperoleh hasil bahwa labe halal (X1), toyyib (X2), tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai sig > 0,05 yaitu untuk variabel label halal (X1) 0,675 > 0,05, toyyib (X2) 0,122 > 0,05.

4. Uji Regresi Berganda

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.481	3.152		2.690	.008
	Label	.258	.115	.208	2.235	.028
	Halal					
	Toyyib	.346	.080	.404	4.349	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa diperoleh persamaan yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 8.481 + (0,258)X_1 + (0,346)X_2 + e$$

- a. Dari persamaan diatas diketahui untuk konstanta yaitu 8.481 yang artinya ketika kepuasan konsumen sebesar 8.481 maka kedua variabel label halal (X1) , dan toyyib (X2) sama dengan 0
- b. Variabel label halal (X1) mendapat nilai sebesar 0,258 dengan nilai positif. Yang berarti bahwa jika variabel label halal (X1) meningkat sebesar 1% maka variabel kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,258.
- c. Variabel toyyib (X2) mendapat nilai sebesar 0,346 dengan nilai positif yang berarti bahwa jika variabel toyyib (X1) meningkat sebesar 1% maka variabel kepuasan konsumen juga akan meningkat 0,34

5. Uji Hipotesis

- a. Uji Signifikansi parameter individual (Uji T)

Tabel 4.7 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	8.481	3.152		2.690	.008
	Label Halal	.258	.115	.208	2.235	.028
	Toyyib	.346	.080	.404	4.349	.000

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

- 1) Nilai signifikan variabel label halal sebesar $0,028 < 0,05$ $T_{hitung} 2.235 > T_{tabel} 1,98$, jadi dapat disimpulkan H_{a1} diterima dengan kata lain label halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan dengan demikian H_0 ditolak yang artinya tidak adanya pengaruh label halal terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Nilai signifikan variabel toyyib sebesar $0,000 < 0,05$ $T_{hitung} 4.349 > T_{tabel} 1,98$, jadi dapat disimpulkan H_{a2} diterima dengan kata lain toyyib berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan dengan demikian H_0 ditolak yang artinya tidak adanya pengaruh toyyib terhadap kepuasan konsumen

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tabel 4.8 Uji Signifikan Simutan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96.267	2	48.134	16.145	.000 ^b
	Residual	280.248	94	2.981		
	Total	376.515	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Toyyib, Label Halal

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai F hitung $16.145 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dengan kata lain kedua variabel berpegaruh secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Dan dengan demikian H_0 ditolak, Artinya tidak adanya pengauh label halal dan toyyib terhadap kepuasan konsumen.

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R Square)

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 ^a	.256	.240	1.72666

a. Predictors: (Constant), Toyyib, Label Halal

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas didapatkan untuk nilai R Square yaitu 0,256 atau 25,6%. Hal ini berarti variabel label halal dan toyyib secara bersama-sama memberikan pengaruh pada variabel kepuasan konsumen sebesar 25,6% sedangkan 74,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian

B. Pembahasan

a. Pengaruh Label Halal (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Diketahui bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen yang berarti H01 diterima dan H0 ditolak dari tabel deskripsi variabel yang disajikan sebelumnya pada kuesioner ditemukan bahwa pada semua item pernyataan yang dimuat dalam variabel pernyataan label halal lebih dominan memilih opsi setuju dan sangat setuju pada masing-masing item pernyataan tersebut.

Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil uji T dimana diperoleh nilai T hitung $2,235 > 1,98$ T tabel, kemudian signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,028 < 0,05$). Hal

ini menunjukkan bahwa label halal sangat penting adanya dalam usaha produksi makanan dan minuman dikalangan konsumen. Adanya label halal pada tiap-tiap swalayan dan warung cepat saji baik yang terdapat dikemasan, spanduk jualan dan juga promosi akan menunjang kepuasan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk makanan dan minuman tersebut. Dan juga sangatlah penting adanya label halal yang resmi dari Kementerian agama maka dari itu juga dapat menunjang penjualan dan pembelian yang lebih besar.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Tjiptono mengenai indikator-indikator produk adalah *brand label*, *descriptive* dan *grade label*. Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Novie, Putri Angreini yang sama-sama menyatakan bahwa berdasarkan uji parsial (T) variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zakiyah Ulin, Rini Rahayu, Ratna Hardianti menyatakan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan/keputusan konsumen membeli produk

b. Pengaruh Toyyib (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Diketahui bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen yang berarti H_0 diterima dan H_0 ditolak dari tabel deskripsi variabel yang disajikan sebelumnya ditemukan bahwa pada semua item pernyataan yang dimuat dalam variabel pernyataan label halal lebih dominan memilih opsi setuju dan sangat setuju pada masing-masing item pernyataan tersebut. Sesuai dengan hasil uji T dimana diperoleh nilai T hitung $4,349 > 1,98$ T tabel, kemudian

signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan selain halal makanan toyyib harus menjadi tolak ukur untuk pelaku produksi menyiapkan produk-produk agar tetap baik,sehat,tidak berlebihan agar masyarakat terhindar dan tidak ragu untuk mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang tidak toyyib (terutama masyarakat/konsumen muslim) dan akan menunjang penjualan produk makanan dan minuman.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Bagus Rizki menyatakan bahwa variabel toyyib (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian konsumen muslim.

c. Pengaruh label halal dan toyyib terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan uji secara simultan atau uji F dari kedua variabel bebas yaitu label halal (X1) dan , toyyib (X2) didapatkan nilai F hitung $> F$ tabel ($16,145 > 2,70$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa H_{a3} diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan pengujian bahwa kedua variabel bebas ialah label halal dan toyyib berpengaruh secara silmultan terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini mnunjukkan bahwa label halal dan toyyib haruslah sejalan dengan baik karena akan menunjang kepuasan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk makanan dan minuman. Penelian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler menyatakan bahwa kepuasan konsuemen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil dengan harapannya. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

Khomsatun Sofifa dengan hasil penelitian hasil uji (F) yang sama-sama menyatakan bahwa variabel independen (X1) dan variabel (X2) berpengaruh simultan terhadap variabel dependen (Y). Akan tetapi penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Bagus Rizki yang dalam penelitiannya tidak terdapat pengaruh silmultan antara variabel independent (X1) dan (X2) terhadap varaiabel dependen (Y).



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Mengacu pada definisi permasalahan serta hasil riset yang sudah dibahas pada bab lebih dahulu. Oleh sebab itu bisa diringkas selaku berikut:

1. Adapun hasil pengujian secara parsial (Uji T) terhadap variabel Label halal (X1) sebesar $0,028 < 0,05$ $T_{hitung} 2.235 > T_{tabel} 1,98$, yang berarti bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman
2. Adapun hasil pengujian secara parsial uji T terhadap variabel Toyyib (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ $T_{hitung} 4.349 > T_{tabel} 1,98$, yang berarti bahwa variabel toyyib berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman
3. Berdasarkan uji simultan (Uji F) diperoleh nilai nilai F hitung $12,379 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa terhadap variabel label halal (X1) dan toyyib (X2) berpegaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen membeli produk makanan dan minuman.

B. SARAN

1. Bagi Masyarakat

Masyarakat wajib lebih mencermati label Halal dikala memilah produk, walaupun susah dibaca sebab dipengaruhi oleh ukurannya. Serta carilah santapan yang tidak kotor secara modul serta tidak rusak(kadaluarsa) ataupuntercampur

dengan bahan yang tidak bersih serta tidak beresiko untuk badan.atau dicampuri oleh benda-benda haram dan tidak membahayakan fisik

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi dan masukan bagi pemerintah hendaknya melakukan tindakan tegas, bahkan bila perlu menetapkan sanksi yang tegas kepada pelaku ekonomi yang melakukan kecurangan dalam bertransaksi, seperti memperjualbelikan produk (makanan) kemasan kepada konsumen khususnya muslim yang terbukti dan teruji halal dan baik untuk dikonsumsi. Kemudian, pemerintah perlunya melakukan pengawasan dan kontrol terhadap para pelaku bisnis yang berusaha dan berupaya melakukan pelanggaran dan kecurangan dalam transaksi jual beli..

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hendaknya peneliti wajib dapat melaksanakan riset yang komprehensif tentang label Halal serta Toyib. Periset bisa meningkatkan variabel tidak hanya yang disebutkan dalam riset, semacam harga serta mutu produk. serta bisa menaikkan jumlah ilustrasi supaya lebih baik serta akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haris Romdhoni, Iin Emy Prastiwi, Suyanto "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Disyariah Hotel Solo".(20-12-2021), <https://Prosiding.Stie.Ac.Id/140>
- Abdullah Ruslan, Halal Labelisation Of Haram Food In Makale Toraja, 2020
- Ahmad Dhe Satria "Strategi Penerapan Konsep Halalan Toyyiban Pada Rrumah Makan Wong Solo Kota Palangka Raya, 2018.
- Al Hasanah. "Bagaimana Kriteria Makanan Halal Menurut Islam?. 05-04-2020
- Alief Gifari "Pengaruh Mutu Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Eurania Palembang" 2021.
- Al-Qur'an Dan Terjemahannya
- Amir Amran, "Pekot Palopo Temukan Ratusan Produk Makanan Minuman Dijual Bebas Tanpa Label Halal, 12/03/2019, <https://Regional.Kompas.Com/Read/2019/03/12/16044761/Pekot-Palopo-Temukan-Ratusan-Produk-Makanan-Minuman-Dijual-Bebas-Tanpa>.
- Bagus Riski "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Label Halal, Terhadap Keputusan Pembelian Konumen Muslim" ,2022 , H.5
- Dimas "Prosedur Sertifikasi Halal MUI Untuk Produk Yang Beredar Di Indonesia", 17-01-2021, <https://Www.Halalmui.Org/Mui14/Main/Page/Prosedur-Sertifikasi-Halal-Mui-Untuk-Produk-Yang-Beredar-Di-Indonesia>.
- Dr Komarudin Dan Dr Sarkadi, Evaluasi Pembelajaran (Rizqita Publishing & Printing, Yogyakarta: 2017).
- Dwi Wibiwo & Benny Diah Mandasari "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan. [File:///C:/Users/HP/Downloads/3400-10329-1-PB.Pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/3400-10329-1-PB.Pdf)

Endel Black Well, Minard, *Perilaku Konsumen Jilid I Edisi Keenam*. (Jakarta: Bina Pura Aksara, 1994)

Fauzan Ra'if Muzakki "Konsep Makanan Halal Dan Toyyib Terhadap Kesehatan Dalam Al-Qur'an, 2020.

Fitria Vega Sylvania Mujiono "Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan Dan Harga Produk Terhadap Prefensii Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. 2018. [Http://Repository.Ub.Ac.Id/Id/Eprint/164882/1/Fitria%20Vega%20Sylvania%20Mujiono.Pdf](http://Repository.Ub.Ac.Id/Id/Eprint/164882/1/Fitria%20Vega%20Sylvania%20Mujiono.Pdf).

Getut Pramesti, "Statistika Lengkap Secara Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS 23", (PT Elex Media Komputindo: Jakarta, 2016).

Hasan, KN. Sofyan. "Kepastian Hukum Dan Labelisasi Halal Produk Pangan", *Jurnal Dinamika Hukum*, 2015 Vol.14, No.2 [Http://Repository.Univ Tridinanti.Ac.Id/3110/6/REPOSTORI%20BAB%201.Pdf](http://Repository.Univ Tridinanti.Ac.Id/3110/6/REPOSTORI%20BAB%201.Pdf)

Hasbi Indra, Shalahuddin Hamid, Husnani, Musyafa Ullah Ed, *Halal Haram Dalam Makanan*,

I MADE YULIARA "Regresi Linear Berganda". 2016. [Https://Simdos.Unud.Ac.Id/Uploads/File_Pendid_Kan_1_Dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.Pdf](https://Simdos.Unud.Ac.Id/Uploads/File_Pendid_Kan_1_Dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.Pdf)

Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS", (Edisi III; Semarang; Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005).

Indri Priscilia "Pengaruh Produk Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Mulim Pada Bakso Granat Mas Azis Palembang", 2018

M. Anang Firmansyah, "Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)" No.1, CV. Penerbit Qiara Media, 2019.

Mardiwati Kun "Info Halal Produk Penting Untuk Di Sertifikasi Halal", 12-11-2020, [Https://Wr4.Uai.Ac.Id/Mengapa-Suatu-Produk-Penting-Untuk-Di-Sertifikasi-Halal/](https://Wr4.Uai.Ac.Id/Mengapa-Suatu-Produk-Penting-Untuk-Di-Sertifikasi-Halal/)

Mei Fatmawati Dwi “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, In-Store Display, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM Center Jawa Tengah),No.1,15-5-2019

Merthiana Indrasari “Pemasaran & Kepuasan Pelanggan,Unitomo Press,2019.
Muladi “Pearaturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999

Novie , Putri Anggraini (2018) Pengaruh Labelisasi Halal Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang,2018. [Http://Eprints.Undip.Ac.Id/75332/](http://eprints.undip.ac.id/75332/)

Philip Kotler, Kevin Keller, Manajemen Pemasaran Edisi XIII Jilid I, Jakarta: Erlangga, 2009, H. 138-139.

R. Ananda (Ed), “Metodologi Penelitian Kuantitatif”, (Citapustaka Media: Bandung,2014)

Richard F. Gerson, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Jakarta: PPM, 2002, H. 5.

Rivan Sutisno,SE,MA. ”Perilaku Konsumen Muslim: Persepsi Religiusitas Dan Persepsi Atribut Produk Terhadap Loyalitas Produk Makanan Dan Minuman Berlabel Halal Di Kalangan Mahasiswa Muslim Di Bandung”. Sigma-Mu Vol.5 No.2,September2013.

Sampoerna University, Pengertian Skala Likert Cara Penggunaan Dan Contoh, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-skala-likert-cara-penggunaan-dan-contoh/>, Diakses Tanggal 22 April 2022

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2015.

Tengku Putri Lindung Bulan “Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa,Vol. 06,No.2,November 2017.[Http://Jurnal.Unsam.Ac.Id/Index.Php/Jmk/Article/View/679](http://jurnal.unsam.ac.id/index.php/jmk/article/view/679)

Tentang Label Dan Iklan Pangan”2017.[https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Home/Details/54404](https://peraturan.bpk.go.id/home/details/54404)

Tirta Imarrye Manoy Dkk, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. AKE MAUMBI” Jurnal EMBA, Vol.9, No. 4 Oktober 2021, 317

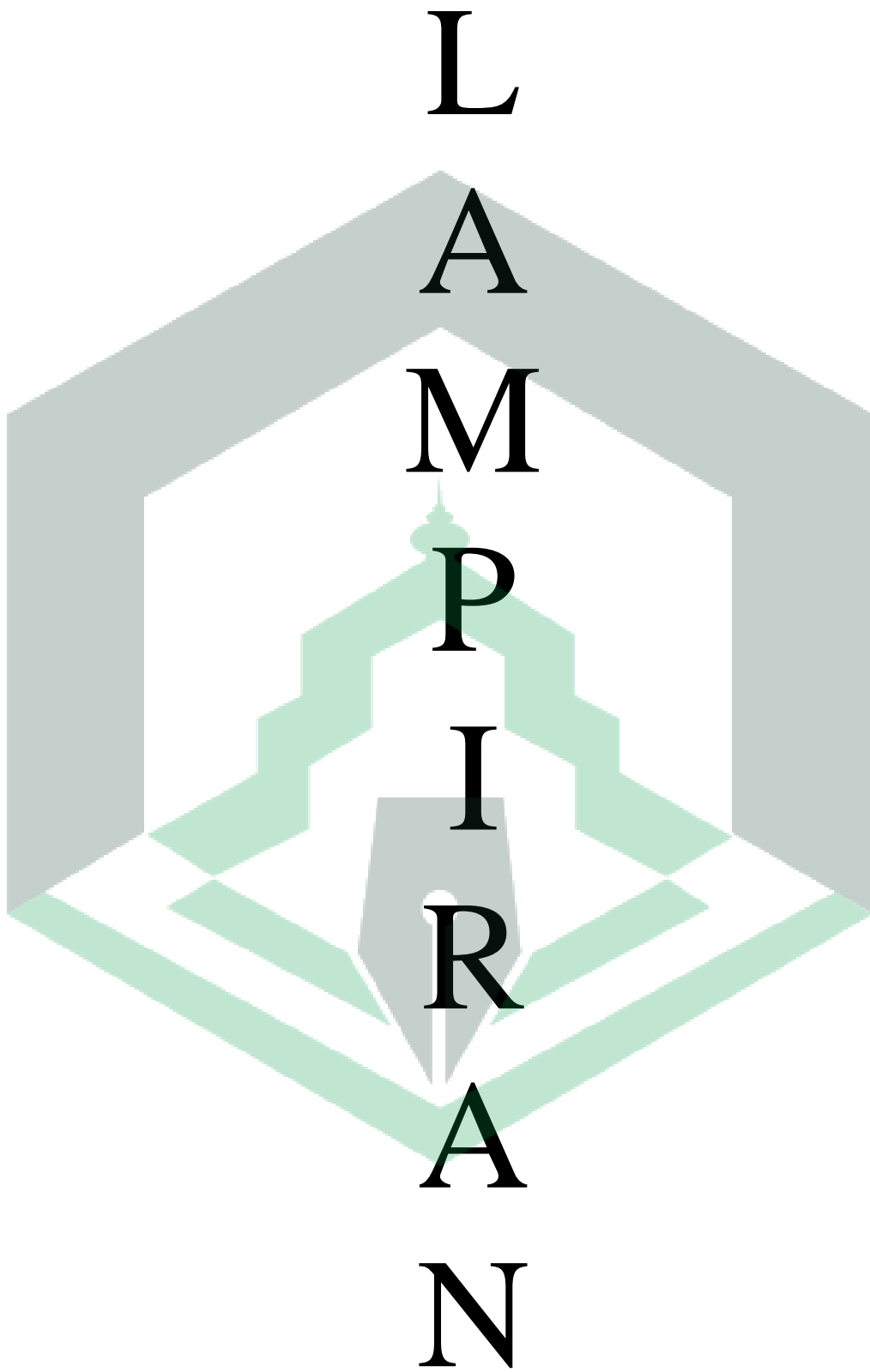
W Walhidayah “Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidupmanusia ,Edisi11,Juli2020.[https://Www.Kneks.Go.Id/Storage/Upload/1605415120In-sight%20Edisi%2011_.Pdf](https://www.kneks.go.id/storage/upload/1605415120In-sight%20Edisi%2011_.pdf)

Wikipedia “Kota Palopo”.22-03-2022.https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Palopo




Yusuf Andriansyah, Rois Arifin, Afi Rahmat, “Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dichoco Bakery Setia Budi Medan 201







Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN

NOMOR : 850/IP/DPMPSTSP/VII/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2016 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pen dele gasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: ANNISA NURUL FATIAH
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Jafar Tawakkal Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 18 0401 0030

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH LABEL HALAL DAN TOYYIB TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN (STUDI KASUS MASYARAKAT KEC. WARU KOTA PALOPO)

Lokasi Penelitian	: KECAMATAN WARU KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian	: 20 Juli 2022 s.d. 20 Oktober 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
 Pada tanggal : 21 Juli 2022
 a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

ERICK. K. SIGA, S.Sos
 Pangkat : Penata Tk.I
 NIP : 19830414 200701 1 005

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403/SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum wr wb.

Perkenalkan Nama saya ANNISA NURUL FATIAH, Mahasiswi IAIN PALOPO Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Saya ingin meminta kesediaan Anda untuk mengisi skala penelitian berikut sebagai kebutuhan penelitian tugas akhir (Skripsi).

Mengenai data dan juga seluruh identitas pribadi Anda, akan dijamin kerahasiannya serta hanya digunakan sebagai kebutuhan penelitian.

Silahkan mengisi link berikut dengan teliti

<https://forms.gle/ui2XYmskX2E9AWqv8>

Terima kasih dan Semoga sehat selalu!

Petunjuk pengisian

1. Mohon bantuan Bapak/Ibu/ saudara(i) untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan jujur.
2. Pilihlah untuk kuisioner sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Tidak ada jawaban yang benar atau salah. Bapak/Ibu/saudara(i) cukup menjawab sesuai dengan yang Bapak/Ibu alami dan rasakan dalam menjalankan kewajiban.
4. Keterangan pengisian :

SS	=	Sangat Setuju
S	=	Setuju
N	=	Netral
TS	=	Tidak Setuju
STS	=	Sangat Tidak Setuju
5. Mohon periksa kembali jawaban Bapak/Ibu dan yakinkan bahwa tidak ada pertanyaan yang terlewat.

Label Halal

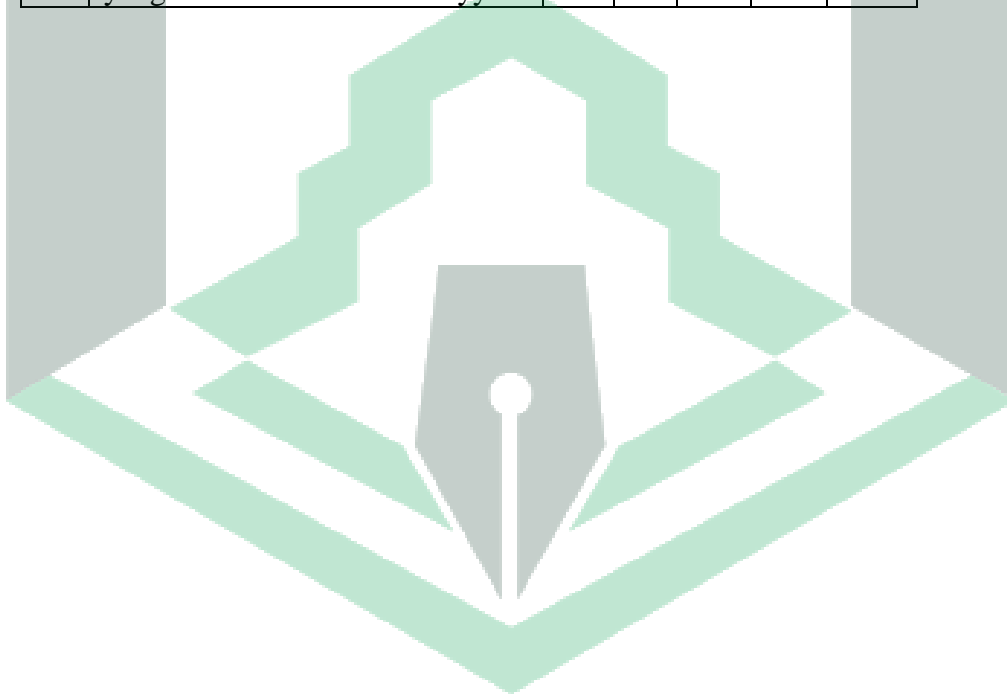
No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya Mengetahui Maksud Dari Gambar Label Halal					
2.	Adanya Label Halal Membantu Saya Mengidentifikasi Produk Dan Tempat Sebelum Melakukan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman					
3.	Saya Merasa Aman Untuk Membeli Produk Makanan Dan Minuman Karena Berlabel Halal.					
4.	Saya Memilih Produk Makanan Dan Minuman Yang Berlabel Halal Karna Terhindar Dari Bahan&Benda Haram					
5.	SayaMelihat Komposisi/Bahan Baku yang Terkandung Pada Produk Makanan dan Minuman					
6.	Tanpa Adanya Label Halal,Saya Merasa Yakin Jika Produk Makanan Dan Minuman Dibuat Oleh Orang Muslim					

Toyyib

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya Memilih Produk Makanan dan Minuman yang Toyyib Agar Perkembangan dan Pertumbuhan Tubuh Tetap Sehat dan Baik.					
2.	Saya memilih Produk Makanan dan Minuman yang Toyyib/Baik karna Menjamin Kebersihan,Tidak Rusak,Kadaluarsa dan Tidak Mengandung Benda Haram					
3.	Makanan dan Minuman Yang Toyyib/Baik Dapat memengaruhi fisik dan Mental					
4.	Saya Memilih Makanan dan Minuman yang Toyyib/Baik Berdasarkan Perintah Agama.					
5.	Memilih Makanan dan Minuman yang Toyyib/Baik juga melihat Tempat Produksi					

Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1	Saya Merasa Puas Dan Nyaman Membeli Produk Berlabel Halal Dan Toyyib.					
2	Saya Merasa Puas Dan Akan Kembali Membeli Produk Berlabel Halal dan Toyyib					
3	Saya Merasaa Puas Dan Akan MerekomendasikanProduk Halal Dan Toyyib.					
4	Saya Merasa Puas Karna Produk Berinovasi dan Sesuai Dengan Syariat					
5	Saya Merasa Puas dan Tidak Takut untuk Mengonsumsi Produk Makanan dan Minuman yang Berlabel Halal dan Toyyib					



Lampiran 3 : Tabulasi Jawaban Responden

Label Halal (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
4	3	4	5	4	4	24
4	3	5	4	4	3	23
5	4	5	4	3	4	25
4	5	3	5	3	4	24
4	4	5	3	4	5	25
5	4	3	5	3	5	25
5	3	4	5	3	4	24
5	4	3	4	4	4	24
3	4	3	2	4	3	19
4	5	5	4	4	4	26
3	5	4	5	3	5	25
4	5	4	4	3	3	23
4	5	3	5	4	5	26
4	4	5	4	4	3	24
5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	3	4	5	25
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	3	2	24
4	4	5	5	4	3	25
5	4	5	5	4	4	27
4	5	5	4	3	5	26
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	5	28
5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	4	4	3	25
4	4	4	5	4	3	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	3	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	4	4	27

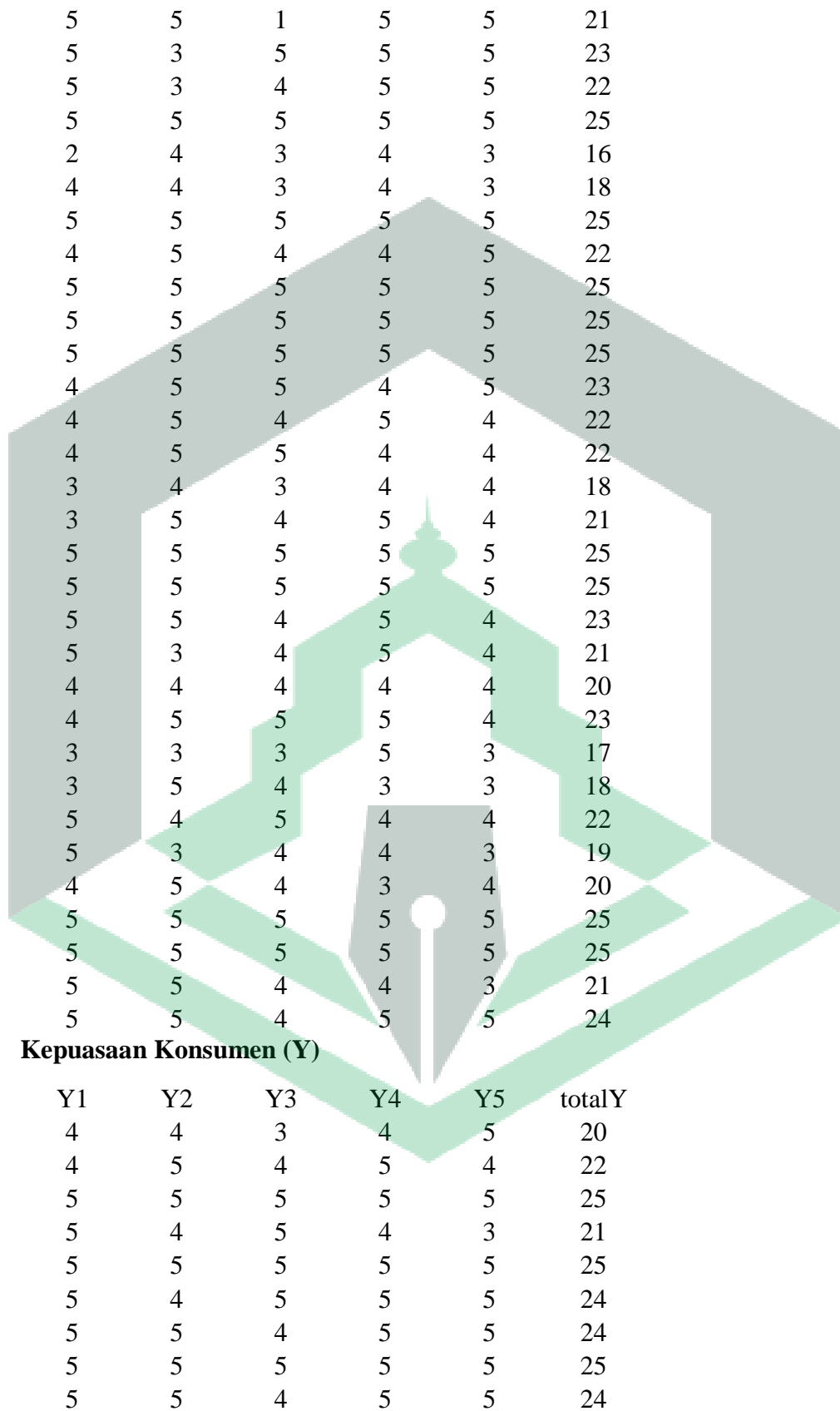
5	5	5	5	5	3	28
4	5	4	5	5	4	27
5	5	3	5	5	4	27
4	4	5	5	3	3	24
5	5	5	5	4	5	29
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	3	5	4	25
4	5	4	4	3	2	22
4	5	5	5	5	4	28
4	4	5	4	4	4	25
3	5	5	5	5	5	28
5	5	4	4	4	3	25
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	3	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	4	5	4	28
4	5	5	4	5	3	26
4	5	5	4	5	3	26
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	3	5	28
4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	4	5	5	29
4	4	5	5	4	2	24
5	5	5	4	4	5	28
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	5	4	26
4	5	5	4	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	29
5	4	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	3	5	5	4	4	25
5	4	5	5	4	5	28
5	5	5	5	5	4	29
4	5	3	4	5	3	24

5	5	5	5	4	5	29
4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	3	26
4	5	5	5	4	5	28
4	5	4	5	4	3	25
5	5	3	5	3	4	25
5	5	5	5	4	4	28
4	5	4	5	4	4	26
4	4	5	4	5	4	26
4	5	5	3	5	4	26
5	5	4	5	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	2	5	5	27

Toyib (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TotalX2
4	5	4	4	5	22
5	5	3	3	5	21
5	5	4	5	3	22
4	4	4	3	3	18
5	5	4	5	5	24
5	3	3	3	5	19
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	4	23
4	5	5	4	5	23
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
3	4	5	4	4	20
5	5	4	5	5	24
3	4	3	4	3	17
4	4	5	5	4	22
4	3	4	5	4	20
5	4	5	4	4	22
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	4	23
5	5	2	1	2	15
5	4	5	4	5	23
5	4	5	5	4	23

4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	2	4	4	20
5	5	4	3	4	21
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	4	3	5	4	20
4	5	5	4	3	21
5	5	5	4	3	22
4	4	3	4	3	18
5	5	4	5	5	24
5	5	4	3	5	22
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	22
5	4	5	5	4	23
5	4	5	4	3	21
5	5	4	4	5	23
4	4	3	4	3	18
5	5	4	5	3	22
5	4	5	3	4	21
4	4	3	4	5	20
5	4	4	4	3	20
4	4	3	5	4	20
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	3	5	4	22
4	4	3	4	4	19
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
2	5	2	5	5	19
5	5	4	5	5	24
5	4	4	4	4	21
4	4	3	4	4	19
4	4	5	4	5	22
4	5	4	3	4	20
5	5	3	4	4	21
5	5	4	5	5	24
5	5	4	3	4	21
4	5	4	4	4	21
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	4	24



5	5	1	5	5	21
5	3	5	5	5	23
5	3	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
2	4	3	4	3	16
4	4	3	4	3	18
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22
4	5	5	4	4	22
3	4	3	4	4	18
3	5	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	3	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	4	23
3	3	3	5	3	17
3	5	4	3	3	18
5	4	5	4	4	22
5	3	4	4	3	19
4	5	4	3	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	3	21
5	5	4	5	5	24
Kepuasan Konsumen (Y)					
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	totalY
4	4	3	4	5	20
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	3	21
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24

5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
4	5	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	3	21
5	5	4	4	4	22
4	5	4	5	3	21
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
3	5	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	4	4	3	5	21
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
4	5	4	3	4	20
5	4	5	5	5	24
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	5	4	4	5	22
5	4	4	4	5	22
5	4	5	3	3	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	4	19
5	5	4	4	5	23
4	5	4	4	4	21
4	4	3	3	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	5	4	5	4	23

5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	3	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	3	5	5	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
5	4	4	5	3	21
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	5	5	4	5	22
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	3	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	4	3	19
5	4	3	4	5	21
4	5	5	5	5	24
5	5	4	4	4	22
4	5	4	3	3	19
4	5	5	3	4	21

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25



Lampiran 4 : Hasil Uji Aaumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.70858171
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.072
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.009
Asymp. Sig. (2-tailed)		.261

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Label Halal	.915	1.092
	Toyyib	.915	1.092

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.660	1.763		2.075	.041
	Label Halal	-.027	.065	-.045	-.421	.675
	Toyyib	-.069	.045	-.165	-1.561	.122

a. Dependent Variable: absres

Lampiran 5 : Hasil Uji Regresi dan Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.481	3.152		2.690	.008
	Label Halal	.258	.115	.208	2.235	.028
	Toyyib	.346	.080	.404	4.349	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.481	3.152		2.690	.008
	Label Halal	.258	.115	.208	2.235	.028
	Toyyib	.346	.080	.404	4.349	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96.267	2	48.134	16.145	.000 ^b
	Residual	280.248	94	2.981		
	Total	376.515	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Toyyib, Label Halal

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 ^a	.256	.240	1.72666

a. Predictors: (Constant), Toyyib, Label Halal

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 6 : Distribusi Tabel R

Tabel r untuk $df = 70 - 100$

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.194	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.27	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.263	0.29	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.283	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.255	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.252	0.278	0.3507
84	0.1786	0.212	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.343
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.205	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.168	0.1996	0.2359	0.2604	0.329
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.254	0.3211

Lampiran 7 : Distribusi Tabel T

Titik Persentase Distribusi t
(df = 81 –100)

Pr	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.6379	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.6632	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.1889
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.6322	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.3685	2.63157	3.18327
91	0.6772	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.6614	1.9858	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.677	1.29025	1.66055	1.98447	2.365	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.1746
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 9 : Distribusi Tabel F

Titik Persentase Distribusi t
(df = 81 –100)

Pr	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.6379	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.6632	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.1889
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.6322	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.3685	2.63157	3.18327
91	0.6772	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.6614	1.9858	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.677	1.29025	1.66055	1.98447	2.365	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.1746
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374