

**PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL,
DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MAKANAN DI JALAN LINGKAR
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)*



Diajukan oleh

HASNIATI

20 0401 0214

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

**PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL,
DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MAKANAN DI JALAN LINGKAR
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)*



Diajukan oleh

HASNIATI

20 0401 0214

Pembimbing:

Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasniati
NIM : 20 0401 0214
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

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

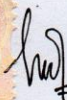
Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrative atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 19 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan




Hasniati

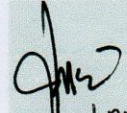
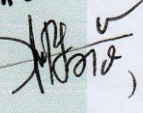
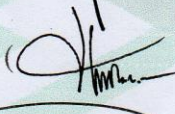
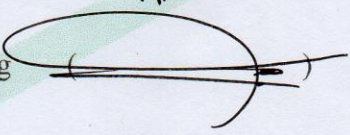
20 0401 0214

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo yang ditulis oleh Hasniati Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004010214, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 19 Agustus 2024 Miladiyah bertepatan dengan 14 Safar 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 26 Agustus 2024

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Nurfadillah, S.E., M.Ak. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Muh. Nur Alam Muhajir, Lc., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. | Pembimbing | () |

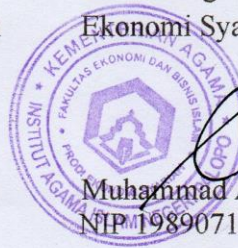
Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.
NIP 198907152019081001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنُسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا
وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo”. Setelah melewati proses yang panjang.

Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada para keluarganya, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang ekonomi syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada kedua orang tua yang saya cintai, **Ibunda Hj. Nurdalia dan Ayahanda H. Bahe serta kakek dan nenek saya (H. Bengnga, H. Nade, Nafi, Arife dan Bondeng)**, yang selalu mendoakan keselamatan dan

kesuksesan bagi anak-anaknya. Telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kesabaran, yang telah memberikan banyak pengorbanan baik secara moral maupun materil. Penulis sadar tidak akan mampu membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka sehingga senantiasa selalu berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak, yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abbas Langaji, M.Ag. beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. Munir Yusuf, M.Pd, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Mustarming, S.Ag., M.H.I.
2. Dr. Hj. Anita Marawing, S.H.I., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Fasiha, M.E.I. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo. Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah.
4. Dr. Muh Ruslan Abdullah, S.E., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. dan Muh. Nur Alam Muhajir, Lc., M.S.i.

selaku Dosen penguji yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Agung Zulkarnain Alang, S.E., M.E.I. selaku Dosen Penasehat Akademik
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Abu Bakar, S.Pd., M.Pd. selaku Kepala Perpustakaan dan seluruh karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Kepada seluruh konsumen Jalan Lingkar kota Palopo selaku responden dalam penelitian ini yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian penulis.
10. Terkhusus kepada saudara dan saudariku (kakakku Risnawati, Intan, Riswan, dan adekku Risal, Sahril dan Nasrul), Om dan Tante, Kakek dan Nenek, Keponakan, Ipar, Sepupupu, serta semua keluarga yang tidak bisa penulis sebut satu persatu namanya, yang telah berjasa dan banyak membantu penulis baik itu berupa materi maupun non materi, mendo'akan, mendukung, menyemangati, mengarahkan dan masih banyak lagi kebaikan lainnya yang tidak mampu penulis hitunng jumlahnya. Mudah-mudahan Allah swt. Mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
11. Kepada sahabat-sahabat penulis (Mariyanti dan Nenni) yang telah memberi semangat, dukungan, dan do'a, serta selalu menemani penulis kesana kemari meskipun terkadang harus berjalan kaki pada siang hari di bawah terik

matahari dari sejak dibangku perkuliahan hingga pada tahap penyelesaian skripsi.

12. Kepada teman masa kecil, teman SDN 121 Ujung Mattajang, teman SMPN 4 Mappedeceng, teman SMAN 9 Luwu Utara, teman ASPURI dan Kos Nurandipa, teman Magang DP2KUKM Luwu Utara, dan teman KKN Posko 36 desa Rampoang, Tana Lili, yang banyak membantu penulis hingga bisa sampai pada tahap ini.
13. Kepada teman-teman Seperjuangan angkatan 2020 (Khususnya kelas EKIS H), selama ini selalu memberikan dukungan, motivasi dan bersedia membantu serta menghadiri setiap momen dalam penyusunan skripsi ini

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan semoga Allah swt. senantiasa menuntun kearah yang benar dan lurus. Serta mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah swt. Aamiin.

Palopo, 12 Juni 2024

Hasniati

Nim 2004 0102 14

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB 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'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ya
ص	Šad	Š	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
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ya

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda papun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka di tukis dengan tanda (").

2. Vokal

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

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

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

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

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

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauula*

3. *Maddah*

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا... ا...ى	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
ى	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis diatas
و	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh

مَاتَ : māta

رَمَى : rāmā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. *Tā'' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā marbūtah* ada dua yaitu *Tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau ada pada kata berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu transliterasiya dengan (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasdīd*)

Syaddah atau *Tasdīd* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasdīd* (-), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجِّينَا : *najjaiinā*

الْحَقَّ : *al- haqq*

نُعِمَّ : *nu' ima*

عُدُّو : *' aduwwun*

Jika huruf *ي* ber-*tasydid* diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (*ـِ*) maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٍّ : 'Ali (bukan ' Aliyy atau ' Aly)

عَرَبِيٍّ : ' Arabi (bukan ' Arabiyy atau ' Araby)

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* maupu 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>)
الزَّلْزَلَة	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i>)
الْفَلَسَفَة	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah merupakan (‘) 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’ marūna</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‘an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut mejadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba' in al- Nawāwī

Risālah fī Ri' ayah- al-Maslahah

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf Hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dinullah*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jālalah*, dirtansliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

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

didahului oleh kata sandang al-,baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP,CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi' a limaāsi lallazī Bakkata mubārakan

Syahru Ramadāan al-lazī unzila fihi 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 Abu (bapak dari) sebagaimana kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dari daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu al- walid Muhammad Ibnu Rusyd, ditulis menjadi Ibnu Rusyd, Abu al- Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Wahid Muhammad Ibnu)
Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subāhanahū wa taāla</i>
saw	= <i>sallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
as	= <i>‘alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= 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 JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11
B. Landasan Teori	14
C. Kerangka Pikir	25
D. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	27
C. Definisi Operasional	27
D. Populasi dan Sampel	29

E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Instrumen Penelitian	32
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	32
H. Teknik Analisi Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat QS Al-Baqarah/2: 168	2
Kutipan Ayat QS Al-Maidah/5: 88	19
Kutipan Ayat QS Al-Maidah/5: 3	20

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Dan Agama Dianut Di Kota Palopo	6
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2 Umur Responden.....	40
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variable Label Halal (X1).....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variable Kesadaran Halal (X2).....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variable Bahan Makanan (X3)	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variable Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas Variable Label Halal (X1).....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas Variable Kesadaran Halal (X2).....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas Variable Bahan Makanan (X3)	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas Variable Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedasitas	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda.....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji-t.....	53
Tabel 4.17 Hasil Uji-F.....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji R ²	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedasitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Data

Lampiran 4 r Tabel

Lampiran 5 t Tabel

Lampiran 6 F Tabel

Lampiran 7 Izin Penelitian

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Hasniati, 2024. *“Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo”*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muh. Ruslan Abdullah.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk; (1) Untuk mengetahui apakah Label Halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo, (2) Untuk mengetahui apakah Kesadaran Halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo, (3) Untuk mengetahui apakah Bahan Makanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo, (4) Untuk mengetahui apakah Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis survei. Sampel pada penelitian ini berjumlah 96 orang responden. Dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Hasil uji-t (Parsial) Label Halal tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo, dengan nilai $\text{sig } 0,712 > 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} -0,371 < t_{\text{tabel}} 1,986$, (2) Hasil uji-t (Parsial) Kesadaran Halal berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo, dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 3,691 > t_{\text{tabel}} 1,986$, (3) Hasil uji-t (Parsial) Bahan Makanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo, dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 5,965 > t_{\text{tabel}} 1,986$ (4) Hasil uji-F (Simultan) Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo, dengan nilai $\text{sign } 0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 41,724 > F_{\text{tabel}} 2,70$. Nilai R Square sebesar 0,576 atau 57,6 % dapat disimpulkan bahwa variable X1, X2 dan X3 mampu menjelaskan variable Y sebesar 57,6% dan sisanya sebesar 42,4 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Bahan Makanan, Keputusan Pembelian, Kesadaran Halal, Label Halal.

ABSTRACT

Hasniati, 2024. *"The Influence of Halal Labels, Halal Awareness, and Food Ingredients on Consumer Food Purchasing Decisions on the Palopo City Ring Road". Sharia Economics Study Program Thesis, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Muh. Ruslan Abdullah.*

This thesis discusses the influence of the Halal Label, Halal Awareness, and Food Ingredients on Consumer Food Purchasing Decisions on the Palopo City Ring Road. This research aims to; (1) To find out whether the Halal Label has a partial effect on consumers' food purchasing decisions on the Ring Road of Palopo city, (2) To find out whether Halal Awareness has a partial effect on consumers' food purchasing decisions on the Ring Road of Palopo city, (3) To find out whether Food ingredients partially influence consumers' food purchasing decisions on the Ring Road in Palopo City, (4) To find out whether the Halal Label, Halal Awareness and Food Ingredients simultaneously influence consumers' food purchasing decisions on the Ring Road in Palopo City. This research method uses a quantitative approach with a survey type. The sample in this study consisted of 96 respondents. By taking samples using purposive sampling technique. The research results show that; (1) The results of the t-test (Partial) of the Halal Label have no partial effect on Consumer Food Purchasing Decisions on the Palopo City Ring Road, with a sig value of $0.712 > 0.05$ and a t-test value of $-0.371 < t_{table} 1.986$, (2) The results of the t-test t (Partial) Halal Awareness partially influences Consumer Food Purchasing Decisions on the Palopo City Ring Road, with a sig value of $0.000 < 0.05$ and a t value of $3.691 > t_{table} 1.986$, (3) T-test results (Partial) Food Ingredients have a significant effect partial impact on Consumer Food Purchasing Decisions on the Palopo City Ring Road, with a sig value of $0.000 < 0.05$ and a tcount value of $5.965 > t_{table} 1.986$ (4) F-test results (Simultaneous) Halal Labels, Halal Awareness and Food Ingredients simultaneously influence decisions Consumer Food Purchases on the Palopo City Ring Road, with a sign value of $0.000 < 0.05$ and an Fcount value of $41.724 > F_{table} 2.70$. The R Square value is 0.576 or 57.6%. It can be concluded that variables X1, X2 and X3 are able to explain variable Y by 57.6% and the remaining 42.4% is explained by other variables not included in this research.

Keywords: Food Ingredients, Halal Labels, Purchasing Decisions, Halal Awareness

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia mempunyai kapasitas pasar yang besar bagi industri halal dunia, Indonesia menjadi negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia pada 2023. Dari data kependudukan berdasarkan provinsi per juli 2023 populasi muslim di Indonesia sebanyak 241,63 juta jiwa dari jumlah total sebanyak 275,37 juta. Jumlah penduduk muslim tersebut setara dengan 87,7% populasi di dalam negeri.¹ Dengan jumlah ini akan dipastikan kebutuhan akan produk halal akan terus meningkat terutama kebutuhan makanan halal.

Berdasarkan data *Dinar Standard* konsumsi produk halal di Indonesia diproyeksikan meningkat menjadi US\$282 miliar pada 2025. Nilai tersebut akan meningkat 53% dari US\$184 miliar pada 2020. Jika dilihat per sektornya, makanan dan minuman memiliki kontribusi terbesar dalam konsumsi tersebut. Konsumsi sektor makanan minuman halal Indonesia mencapai US\$135 miliar pada 2020, sekaligus membuat Indonesia menjadi negara konsumen makanan minuman halal terbesar di dunia. Konsumsi ini diproyeksi akan meningkat menjadi US\$204 miliar pada 2025².

Produk makanan halal (*halal food*) Indonesia berada di peringkat dua dunia berdasarkan *State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022* yang dirilis *Dinar Standard*, 31 Maret 2022. Indonesia hanya kalah dari Malaysia pada kategori

¹ “Data Kependudukan Berdasarkan Provinsi Per Juli 2023,” Kemendagri, n.d., <https://e-database.kemendagri.go.id/kemendagri/dataset/1102/tabel-data>.

² “Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia per Sektor Tahun 2020.,” *Dinar Standard*, 2021.

makanan dan minuman halal³. Ini menandakan Indonesia masih kurang dalam hal produksi makanan dan minuman halal. Salah satu kendala yang dihadapi dalam mengembangkan pariwisata halal yaitu, masih banyak makanan lain yang tidak bersertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).⁴ Padahal makanan halal merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi.

Dalam hal konsumsi, Islam secara jelas mengatur pola makanan yang dibolehkan dan tidak. Hal ini ditegaskan dengan firman Allah dalam Al- Qur'an surah Al-Baqarah Ayat 168:

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

Terjemahnya: “Hai manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al- Baqarah: 168)⁵.

Selain dari pada ayat di atas, sejumlah ayat lainnya juga secara detail menjelaskan perintah mengonsumsi makanan halal dan kategorinya, di antaranya QS. Al-Baqarah ayat 172; QS. An-Nahl ayat 114; QS. Al-Maidah ayat 87-88 dan QS. An-Nahl ayat 69. Selain itu Pemerintah juga mengeluarkan UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 4 Produk yang masuk, beredar, dan

³ “State of the Global Islamic Economy Report 2022,” Dinar Standard, 2022, <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report->.

⁴ Muhammad Nur Alam Muhajir and Fahadil Amin Al Hasan, “The Development Of Halal Tourism Destinations In Indonesia: Potentials, Opportunities And Challenges,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2021): 76.

⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah* (Pustaka Jaya Ilmu, 2014), 25.

diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.⁶ Namun proses sertifikasi halal yang berbelit-belit dan mahal,⁷ serta permasalahan rendahnya pemahaman dan keputusan pelaku usaha untuk menaati aturan sertifikasi produk halal memerlukan keseriusan pemerintah baik di tingkat pusat maupun pemerintah daerah, akademisi, tokoh agama, tokoh masyarakat dan seluruh pemangku kepentingan untuk memberikan pemahaman dan tindakan terhadap hal tersebut. Tindakan yang dimaksud antara lain kebijakan, peningkatan pemahaman, pemberian sertifikat halal, sosialisasi dan pengawasan. Rekonstruksi pemahaman dapat dilakukan dengan 1) melakukan sosialisasi kepada dunia usaha dan konsumen dengan pendekatan persuasif, 2) membuat konten-konten yang menarik di media sosial, dan 3) pemerintah, Kementerian Agama, dan Majelis Ulama Indonesia melakukan kontrol, pengawasan dan penindakan terhadap hal-hal yang tidak diinginkan.⁸ Agar dapat terwujud kepatuhan terhadap aturan produk halal.

Sertifikasi halal merupakan jaminan keamanan bagi umat Islam untuk dapat mengkonsumsi suatu produk. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rini Astuti dan M Ali Hakim menyatakan label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁹ Sedangkan menurut penelitian Aden Khoirunnisa

⁶ “Pasal 4 UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.” (Jakarta, 2014).

⁷ Fasiha et al., “Halal Labelling of Haram Food in Makale Toraja,” *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 4, no. 1 (2019): 26.

⁸ Fasiha et al., “Understanding Reconstruction Halal Products for Halal Businesses in Tana Toraja,” *Palita: Journal of Social Religion Research* 6, no. 1 (2021): 28.

⁹ Rini Astuti and M Ali Hakim, “Pengaruh Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan,” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4, no. 1 (2021): 1.

menyatakan Label Halal secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁰

Kesadaran umat Islam ditandai dengan pengetahuan tentang proses penyembelihan, pengemasan makanan, dan kebersihan makanan menurut hukum Islam. Penelitian yang dilakukan oleh Moza Salsabila menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian.¹¹ Sedangkan hasil penelitian Rahmah Dhea Hervina, Reny Fitriana Kaban & Popy Novita Pasaribu menyatakan Kesadaran halal tidak mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.¹² kesadaran halal adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki konsumen muslim untuk mencari dan mengkonsumsi produk halal sesuai syariat Islam. Kesadaran umat Islam ditandai dengan pengetahuan tentang proses penyembelihan, pengemasan makanan, dan kebersihan makanan sesuai syariat Islam.

Bahan makanan yang digunakan perlu yang halal dan baik atau berkualitas. Bahan makanan menjadi salah satu faktor yang menentukan bagaimana keputusan pembelian konsumen. Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Titta Partini yang mengatakan bahwa secara parsial bahan pangan berpengaruh signifikan terhadap niat beli.¹³ Sejalan dengan hasil penelitian Muhammad Syakib

¹⁰ Aden Khoirunnisa, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safi," *Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*, 2023, 73.

¹¹ Moza Salsabila, "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian," *Youth & Islamic Economic Journal* 4, no. 2 (2023): 22.

¹² Rahmah Dhea Hervina, Reny Fitriana Kaban, and Popy Novita Pasaribu, "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood Di Era Pandemi Covid-19," *Inovator* 10, no. 2 (2021): 139.

¹³ Siti Titta Partini, "Pengaruh Food Ingredients, Sertifikasi Halal, Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Makanan Olahan Halal," *Bulletin Of Management And Business* 3, no. 1 (2022): 294.

Asqalani Rifai dkk yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari bahan makanan terhadap keputusan pembelian konsumen.¹⁴

Mengacu pada beberapa penelitian di atas menunjukkan hasil yang tidak konsisten ada yang sejalan. Namun, ada juga hasil penelitian yang bertolak belakang sehingga menimbulkan kesenjangan penelitian. Walaupun makanan yang diharamkan dalam Islam jumlahnya sangat sedikit, namun seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, saat ini banyak bermunculan produk makanan olahan dengan tambahan berbagai bahan tambahan yang tidak halal sehingga menjadi syubhat. Proses dari pengolahan produk halal secara Islam sebagaimana diatur dalam Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014.

Kota Palopo adalah kota yang penduduknya mayoritas beragama Islam. Menurut Data BPS kota Palopo jumlah penduduk Muslim di kota Palopo berdasarkan jumlah penduduk menurut Kecamatan dan Agama dianut di kota Palopo, tahun 2022 yaitu sebanyak 151.252 atau sebesar 77% dari 194,391 jiwa.¹⁵

¹⁴ Muhammad Syakib Asqalani Rifai et al., “Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Era Pandemic Covid-19,” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 4 (2022): 1575.

¹⁵ BPS Kota Palopo, *Kota Palopo Dalam Angka 2023* (Palopo: BPS Kota Palopo, 2023), 180.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama Dianut di Kota Palopo, 2022

Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
Wara Selatan	12.646	384	57	14	3	-
Sendana	6.397	-	55	-	-	-
Wara	23.239	6.462	541	126	219	1
Wara Timur	32.704	355	151	50	62	-
Mungkajang	7.475	1.018	92	12	-	-
Wara Utara	14.173	2.988	1.145	46	97	-
Bara	27.365	4.401	656	128	1	1
Telluwanua	20.928	10.014	10.006	-	-	-
Wara Barat	6.325	3.864	189	1	-	-
Palopo	151.252	29.486	12.892	377	383	2

Sumber: Kantor Kementerian Agama Kota Palopo

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa masyarakat di Kota Palopo mayoritas beragama Islam. Dengan jumlah penduduk muslim yang banyak ini menandakan kebutuhan akan produk halal juga banyak dan menjadi peluang bagi pelaku UMKM terutama mengenai produk makanan halal. Adapun data jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menurut kecamatan di Kota Palopo, 2022 yaitu sebanyak 14.054.¹⁶ Menurut Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 semua UMKM di Kota Palopo digolongkan ke dalam usaha mikro.¹⁷

Pedagang Kali Lima (PKL) adalah salah satu usaha yang termasuk kedalam usaha mikro. Pedagang Kaki Lima banyak di ditemui dipinggir Jalan Lingkar kota Palopo. Lokasi tersebut banyak dikunjungi mahasiswa/i maupun wisatawan lokal terutama menjelang sore hari karena lokasinya yang strategis dan indah dipandang yang berada di pinggir laut kawasan pelabuhan Tanjung Ringgit kota Palopo, dan

¹⁶ BPS Kota Palopo, *Kota Palopo Dalam Angka 2023* (Palopo: BPS Kota Palopo, 2023), 394.

¹⁷ Pemerintah RI, “Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021” (Jakarta, 2021).

dekat dari kampus IAIN Palopo. Dimana Jumlah Pedagang Kaki Lima di Jalan Lingkar kota Palopo berjumlah sebanyak 36 pedagang.¹⁸ Pedagang disana menjual beraneka makanan dan minuman seperti bakso, jagung bakar, siomay, pop ice dan masih banyak lagi.

Berdasarkan hasil penelitian Tamara Makmur (2024) pemahaman pelaku usaha siomay terkait proses produk halal masih banyak yang kurang memahami apa itu proses produk halal. Meski para pelaku usaha atau pedagang menyatakan bahwa mereka sangat memperhatikan aspek kehalalan barang dagangannya. Namun para pedagang tidak mengetahui sepenuhnya aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Untuk manfaat sertifikat halal, tidak sedikit para pelaku usaha UMKM yang mengerti akan pentingnya sertifikasi halal suatu produk. Seperti pelaku usaha yang bergerak di bidang industri kuliner di jalan lingkar Kota Palopo yang belum paham akan manfaatnya.¹⁹ Begitupun hasil penelitian Nurul Hikma (2023) yang menemukan bahwa ada pedagang yang hanya pernah melihat bentuk label halal tetapi untuk manfaatnya belum memahami secara pasti dan menganggap tidak penting untuk diterapkan karena makanan yang diperjualbelikan bersumber dari bahan yang aman dan halal.²⁰

Banyaknya populasi muslim yang ada di Kota tersebut, belum menjamin kepedulian kosumen mengenai label halal dan bahan makanan yang di konsumsi.

¹⁸ Nurinda Sari, "Pengaruh Modal Usaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pedagang Mikro (Studi Kasus Jalan Lingkar Timur)," *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*, 2023, 5.

¹⁹ Tamara Makmur, "Pemahaman Pelaku Usaha Siomay Di Jalan Lingkar Pada Proses Produk Halal Dan Sertifikasi Halal Di Kota Palopo," *Institut Agama Islam Negeri Palopo*, 2024.

²⁰ Nurul Hikma, "Persepsi Pedagang Muslim Di Kota Palopo Terhadap Urgensi Labelisasi Halal Produk," *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*, 2023, 62.

Maka dalam penelitian ini akan mengeksplorasi kemungkinan adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk halal. Banyaknya penduduk muslim di Kota Palopo menunjukkan adanya kebutuhan konsumen terkait makanan halal sebagai pemenuhan ibadah dan kesehatan. Namun, pada kenyataannya masih banyak produk makanan yang tidak memiliki kejelasan apakah halal atau tidak. Penelitian ini fokus pada variabel label halal, kesadaran halal, dan bahan makanan kaitannya dengan keputusan pembelian produk makanan pada konsumen muslim Jalan Lingkar kota Palopo.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih dalam mengenai “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar kota Palopo.”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Label Halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo?
2. Apakah Kesadaran Halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo?
3. Apakah Bahan Makanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo?
4. Apakah Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah Label Halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo
2. Untuk mengetahui apakah Kesadaran Halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo
3. Untuk mengetahui apakah Bahan Makanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo
4. Untuk mengetahui apakah Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Bagi Akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi para pembacanya.
- b. Diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur pemahaman penulis dapatkan selama berada di bangku perkuliahan dan menambah wawasan penulis mengenai pengaruh label halal, kesadaran halal, dan bahan makanan terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat dan memulai usaha makanan halal.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu sebagai dokumen untuk dibandingkan dan sebagai referensi penelitian yang terkait dengan permasalahan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Adapun penelitian terdahulu yang penulis cantumkan yaitu sebagai berikut:

1. Siti Nurmaya Adianti dan Febrima Ayuningrum, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Label Halal berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian, hal ini dilihat dari nilai sign $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 14,517 > t_{tabel} 1,992$. Koefisien regresi Label Halal sebesar 0.506 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan nilai Label Halal sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan Keputusan Pembelian sebesar 0.506..²¹

Adapun persamaan pada penelitian ini yaitu pada variabel X sama-sama menggunakan label halal, dan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada jumlah variabel bebasnya, pada peneliti terdahulu menggunakan satu variabel bebas sedangkan dalam penelitian ini

²¹ Siti Nurmaya Adianti and Febrima Ayuningrum, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah," *Jurnal Al-Fatih Global Mulia* 5, no. 1 (2023): 46.

menggunakan tiga variabel bebas, kemudian pada penggunaan model regresinya peneliti sebelumnya menggunakan regresi sederhana sedangkan dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda.

2. Nursyawal, Listyaningrum, dan Mae, "Kajian Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian *Bubble Tea* pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. Menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan Label Halal $0,000 < 0,05$, artinya ada pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. Nilai signifikan kesadaran halal $0,006 < 0,05$, artinya ada pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji F menunjukkan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang artinya Label Halal dan Kesadaran Halal secara bersama-sama berpengaruh pada Keputusan Pembelian. Diperoleh nilai R Square sebesar 0,4 yang menunjukkan bahwa bahwa Label Halal dan Kesadaran Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 40%.²²

Adapun persamaan pada penelitian ini yaitu pada variabel X sama-sama menggunakan label halal dan kesadaran halal, dan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada jumlah variabel bebasnya, pada peneliti terdahulu menggunakan dua variabel bebas sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas, dan lokasi penelitiannya

²² Amatulloh Hasna Nursyawal, Ratna Sari Listyaningrum, and Amelianawati Mae, "Kajian Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Bubble Tea Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung," *Jurnal Agroindustri Halal* 9, no. 1 (2023): 92.

3. Hervina, Kaban, dan Pasaribu, "Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Gofood* di Era Pandemi Covid-19," tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh Kesadaran Halal, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Halal memiliki nilai $t_{hitung} 1,911 < t_{tabel} 1,9845$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kesadaran Halal tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan variabel Harga memiliki $t_{hitung} 7,382 > t_{tabel} 1,9845$, maka dapat disimpulkan secara parsial Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Nilai $F_{hitung} 39,042 > F_{tabel} 3,939$, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya Kesadaran Halal dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,446 atau 44,6%, yang artinya tingkat Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel Kesadaran Halal dan Harga sebesar 44,6%.²³

Adapun Persamaan pada penelitian ini yaitu pada penggunaan variabel bebas (kesadaran halal), variabel terikat (keputusan pembelian) dan metode penelitiannya. Sedangkan perbedaannya adalah jumlah variabel bebasnya, lokasi dan subjek penelitiannya.

4. Rifai, Nurhidayat, Prianka, Salsabila, dan Nabilah, "Pengaruh *Halal Awareness*, Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Era Pandemic Covid-19." Tujuan penelitian ini adalah

²³ Hervina, Kaban, and Pasaribu, "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Gofood* Di Era Pandemi Covid-19," *Inovator* 10, no. 2 (2021): 139.

untuk mengetahui pengaruh *Halal Awarness*, Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Halal terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Halal Awarness* memiliki nilai $t_{hitung} 1.977 > t_{tabel} 1.96$ maka terdapat pengaruh dari *Halal Awarness* terhadap Keputusan Pembelian. Sertifikasi Halal memiliki nilai $t_{hitung} 4.569 > t_{tabel} 1.96$ maka terdapat pengaruh dari Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian. Bahan Makanan memiliki nilai $t_{hitung} 3.765 > t_{tabel} 1.96$ maka terdapat pengaruh dari Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari Uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dengan angka $F_{hitung} 89,410 > F_{tabel} 2,64$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$.²⁴

Adapun persamaan pada penelitian ini terletak pada jumlah variabel X dan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada judul, lokasi dan waktu penelitiannya yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

B. Landasan Teori

1. Label Halal

a. Pengertian Label Halal

Label berarti sepotong kertas (kain, logam, kayu, dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang dan menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat, dan sebagainya.²⁵ Label adalah bagian sebuah produk yang

²⁴ Rifai et al., "Pengaruh Halal Awarness, Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Era Pandemic Covid-19."

²⁵ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, "KBBI Daring," kbbi.kemdikbud.go.id, 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Label>.

membawa berita verbal tentang produk ataupun penjualan.²⁶ Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti melepaskan, tidak terikat, dibolehkan. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya.²⁷ Sedangkan dalam ensiklopedia hukum Islam yaitu segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara.²⁸

Label halal adalah perizinan pemasangan kata halal bertuliskan arab yang terdapat pada kemasan produk perusahaan, yang sudah mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk yang dikeluarkan oleh BPOM didasarkan dari rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikai halal MUI.²⁹ Label halal adalah label yang memuat informasi halal dengan standar halal menurut agama Islam.³⁰

Dari berbagai pengertian mengenai label, halal, dan label halal dapat disimpulkan bahwa label halal adalah sebuah tanda yang dicantumkan dalam sebuah produk yang menyatakan bahwa produk tersebut terjamin halal.

b. Indikator Label Halal

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, indikator label halal adalah gambar, tulisan, kombinasi keduanya,

²⁶ J.S. William, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2004), 264.

²⁷ Aisjah Girindra, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal* (Jakarta: LP POM MUI, 2005).

²⁸ Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam* (Jakarta: Ikhtiar Baru Van Hoeve, 1996).

²⁹ Ma'ruf Amin et al., *Himpunan Fatwa MUI Bidang POM Dan IPTEK* (Jakarta: Erlangga, 2015).

³⁰ Candra Febrilyantri, "The Influence of Halal Knowledge and Labeling on Food Product Purchase Decisions," *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 2 (2022): 114.

atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.³¹

2. Kesadaran Halal

a. Pengertian Kesadaran Halal

Kesadaran (*awareness*) merupakan salah satu aspek penting dalam preferensi konsumen terhadap produk dan jasa. Kesadaran merupakan titik awal dari terbentuknya perilaku konsumen. Kesadaran mencerminkan langkah pertama dari proses pembelian, di mana konsumen yang terutama tidak berpengalaman dengan produk atau layanan menjadi terbiasa dengannya. Kesadaran diartikan sebagai keinsafan atau keadaan mengerti, hal yang dirasakan atau dialami oleh seseorang.³²

kesadaran halal adalah suatu pemahaman umat muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang pada akhirnya memprioritaskan makan halal untuk mereka konsumsi. Semakin memahami konsep halal, proses serta prinsip halal, umat muslim cenderung akan lebih selektif dalam memilih produk yang dikonsumsi.³³ kesadaran halal adalah pengetahuan seorang muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa mengkonsumsi makanan halal itu penting baginya.³⁴

³¹ Pemerintah RI, “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan, BAB 1, Pasal 1, Angka 3.” (Jakarta, 1999).

³² Muhammad Syarof, *Pendorong Percepatan Program Sertifikasi Halal* (Jawa Barat: Adanu Abimata, 2024).

³³ Fauziah et al., *Survei Sadar Halal Generasi Muslim Milenial* (Jakarta: Litbangdiklat Press Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2021). 35.

³⁴ Nico Alexander Vizano, Khamaludin Khamaludin, and Mochammad Fahlevi, “The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia,” *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8, no. 4 (2021): 446.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal merupakan pengetahuan dan pemahaman secara sadar mengenai suatu produk halal yang dibolehkan untuk dikonsumsi menurut agama Islam yang meliputi berbagai aspek proses produksinya.

b. Indikator Kesadaran Halal

Beberapa faktor yang menjadi indikator kesadaran konsumen dalam memilih produk halal, yaitu:

- 1) Bahan baku halal merupakan salah satu faktor penting yang harus dipahami konsumen. Seorang konsumen dalam memilih produknya harus mengetahui komposisi bahan yang digunakan dalam suatu produk;
- 2) Kewajiban agama, kehalalan sebuah produk menjadi prioritas dan komitmen untuk konsumen muslim dalam menjalankan agamanya. Oleh sebab itu, kewajiban mengkonsumsi produk halal adalah salah satu tolak ukur kesadaran halal konsumen Muslim;
- 3) Proses Produksi, juga penting bagi konsumen hal ini dapat diketahui melalui televisi atau media internet;
- 4) Kebersihan produk dapat dilihat dari bentuk, kemasan atau penyajiannya. Produk yang halal berasal dari bahan yang bersih, higienis, dan aman. ³⁵

3. Bahan Makanan

a. Pengertian Bahan Makanan

Bahan adalah unsur yang digunakan untuk membuat atau menghasilkan Produk.³⁶ Makanan adalah segala suatu hal yang diperbolehkan untuk dimakan.

³⁵ Muhammad Syarofi, *Pendorong Percepatan Program Sertifikasi Halal*, Digital (Indramayu: CV Adanu Abimata, 2024).

³⁶ "Pasal 1 UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal." (Jakarta, 2014).

Dalam bahasa Arab kata makanan berasal dari at-ta'am dan jamaknya Al-atimah yang artinya makan-makanan. Sedangkan berdasarkan ensiklopedia hukum Islam, makanan adalah sesuatu yang digunakan untuk menghilangkan lapar dan boleh dimakan oleh manusia.³⁷ Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan Pangan, bahan baku Pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.³⁸

Bahan makanan, dapat didefinisikan sebagai bahan-bahan yang memerlukan pengolahan tertentu sebelum dikonsumsi.³⁹ Sebaliknya, makanan dapat diartikan sebagai produk pangan yang siap hidangan atau langsung dapat dikonsumsi. Bahan pangan dinyatakan halal jika memenuhi standar kehalalan yang ditentukan meliputi bahan baku yang digunakan, bahan proses produksi, dan jenis kemasan yang digunakan. Penelusuran kehalalan bahan pangan tidak hanya sekadar bahan tersebut berasal dari babi atau tercampur dengan unsur babi, juga meliputi cara penyembelihan, cara penyimpanan (apakah tercampur dengan bahan yang tidak halal lainnya), dan proses produksi.⁴⁰

³⁷ Abu Bakar El-jazairi, *Pola Hidup Muslim (Minhajul Muslim Muamalah)* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991).

³⁸ "Pasal 1 UU No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan." (Jakarta, 2012).

³⁹ Yosfi Rahmi and Titis Sari Kusuma, *Ilmu Bahan Makanan* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2020).

⁴⁰ Agnes Murdiati and Amaliah, *Panduan Penyiapan Pangan Sehat Untuk Semua* (Jakarta: Prenada Media, 2013).

Jadi bahan makanan adalah bahan-bahan apa saja yang berasal dari tumbuhan, hewan-hewan ataupun tumbuhan dan hewan yang sudah diolah untuk membuat sebuah produk makanan yang pastinya dalam Islam harus menggunakan bahan-bahan yang halal lagi baik.

b. Makanan Halal dan Haram

1) Makanan Halal

Makanan halal adalah makanan yang boleh dimakan menurut ketentuan syariat Islam. Bagi seorang muslim, makanan yang dimakan harus memenuhi dua syarat, yaitu: Halal, artinya dibolehkan berdasarkan ketentuan syariat Islam, dan tayyib, artinya baik, mengandung nutrisi, bergizi, dan menyehatkan.

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

Terjemahnya: "Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya". (Q.S. Al-Māidah/5: 88)⁴¹

Makanan dan minuman yang kita konsumsi tidak asal mengenyangkan saja, tetapi harus halal dan tayyib. Adapun halalnya makanan dan minuman meliputi tiga kriteria berikut ini:

- a) Halal dari segi wujudnya/zatnya makanan itu sendiri, yaitu tidak termasuk makanan yang diharamkan oleh Allah Swt.
- b) Halal dari segi cara mendapatkannya
- c) Halal dalam proses pengolahannya

⁴¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah*, (Pustaka Jaya Ilmu, 2014), 122.

2) Makanan Haram

- a) Semua makanan yang langsung dinyatakan haram dalam Q.S. Al-Maidah ayat 3 yaitu:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ
وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا
ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ

Terjemahnya: "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah) (karena) itu perbuatan fasik..." (Q.S. Al-Maidah/5:3)⁴²

Dalam ayat tersebut, makanan yang dinyatakan haram adalah: (1) bangkai, (2) darah, (3) daging babi, (4) daging hewan yang disembelih atas nama selain Allah Swt., (5) hewan yang mati karena tercekik, dipukul, terjatuh, ditanduk hewan lain, diterkam binatang buas, dan (6) hewan yang disembelih untuk berhala.

- b) Semua jenis makanan yang mendatangkan mudarat/bahaya terhadap kesehatan badan, jiwa, akal, moral, dan akidah.
- c) Semua jenis makanan yang kotor dan menjijikkan (khobäis).
- d) Makanan yang didapatkan dengan cara batil.
- e) Semua jenis binatang buas dan burung berkuku untuk mencengkram.

⁴² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah* (Pustaka Jaya Ilmu, 2014), 107.

c. Penggolongan bahan makanan

Secara garis besar bahan makanan dapat dibedakan menjadi dua berdasarkan dari sumbernya yaitu:

- 1) Bahan makanan hewani merupakan bahan makanan berasal dari hewan atau bahan makanan olahan yang berasal dari hewan. Kebanyakan merupakan sumber protein dan lemak bagi tubuh. Misalnya mentega, susu, telur dan lainnya.
- 2) Bahan makanan nabati adalah bahan makanan yang berasal dari tumbuhan atau bahan makanan yang berbahan dasar dari tumbuhan. Kebanyakan merupakan sumber karbohidrat, vitamin, lemak dan protein.

d. Indikator Bahan Makanan

Indikator yang digunakan dalam mengukur bahan makanan yaitu:

- 1) Informasi bahan produk, adalah keterangan mengenai bahan yang dipergunakan untuk membuat suatu produk.
- 2) Istilah asing, adalah Bahasa yang tidak biasa dipergunakan oleh Masyarakat yang mendiami suatu daerah tertentu.
- 3) Kualitas bahan adalah tingkat mutu atau kandungan yang terkandung dalam suatu produk yang bisa diketahui dari warna, kesegaran, bau dan lainnya.⁴³

4. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar- benar membeli menurut Kotler & Armstrong.⁴⁴ Menurut Sangadji dan Sopiah keputusan pembelian adalah persepsi

⁴³ Avicena Sakula Marsanti and Retno Widiarini, *Prinsip Higiene Sanitasi Makanan*, edisi 1 (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2018).

⁴⁴ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principle Of Marketing, 15th Edition* (New Jersey: Pearson Pretice Hall, 2014), 29.

konsumen terhadap pemilihan dari dua atau lebih alternatif keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, apabila tersedia beberapa alternatif pilihan.⁴⁵ Jadi keputusan pembelian adalah keputusan untuk membeli sebuah produk setelah melewati beberapa tahap-tahap untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

Menurut Sangadji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari berbagai faktor, yaitu:

1) Faktor Psikologis

- a) Persepsi adalah proses memberikan makna atas rangsangan-rangsangan yang diterima alat sensor tubuh.
- b) Motivasi adalah dorongan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
- c) Pembelajaran adalah proses yang dirasakan konsumen atas pengalamannya dengan produk yang sudah dimiliki.
- d) Kepercayaan adalah keyakinan konsumen bahwa di produk tersebut ada atribut tertentu yang berasal dari persepsi yang berulang dan adanya pembelajaran dan pengalaman.

2) Faktor Pribadi

- a) Usia dan siklus hidup
- b) Pekerjaan
- c) Gaya Hidup

⁴⁵ Etta Mamang Sangadji and Sopiah, *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, edisi 1 (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), 121.

3) Faktor Sosial

- a) Kelompok referensi terhadap konsumen
- b) Keluarga
- c) Peran dan Status

4) Faktor Kebudayaan

- a) Sub-Budaya
- b) Kelas sosial⁴⁶

c. Indikator Keputusan Pembelian

Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong adalah:

1) Pengenalan kebutuhan

Konsumen akan mengidentifikasi terlebih dahulu barang dan jasa apa saja yang dibutuhkan.

2) Pencarian informasi

Setelah berhasil mengidentifikasi kebutuhan dan keinginannya, konsumen akan mencari informasi dari berbagai sumber. Informasi ini bisa meliputi harga hingga kualitas barang dan jasa.

3) Evaluasi alternatif

Pada tahap ini, konsumen akan melakukan evaluasi terhadap berbagai sumber informasi yang telah didapatkan. Konsumen akan melakukan pemilahan barang dan jasa yang lebih memaksimalkan utilitasnya.

⁴⁶ Etta Mamang Sangadji and Sopiah, *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, edisi 1 (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), 24.

4) Pembelian

Setelah melakukan evaluasi dan memutuskan barang dan jasa yang paling bisa memaksimalkan utilitasnya, konsumen selanjutnya akan melakukan pembelian terhadap barang dan jasa tersebut.

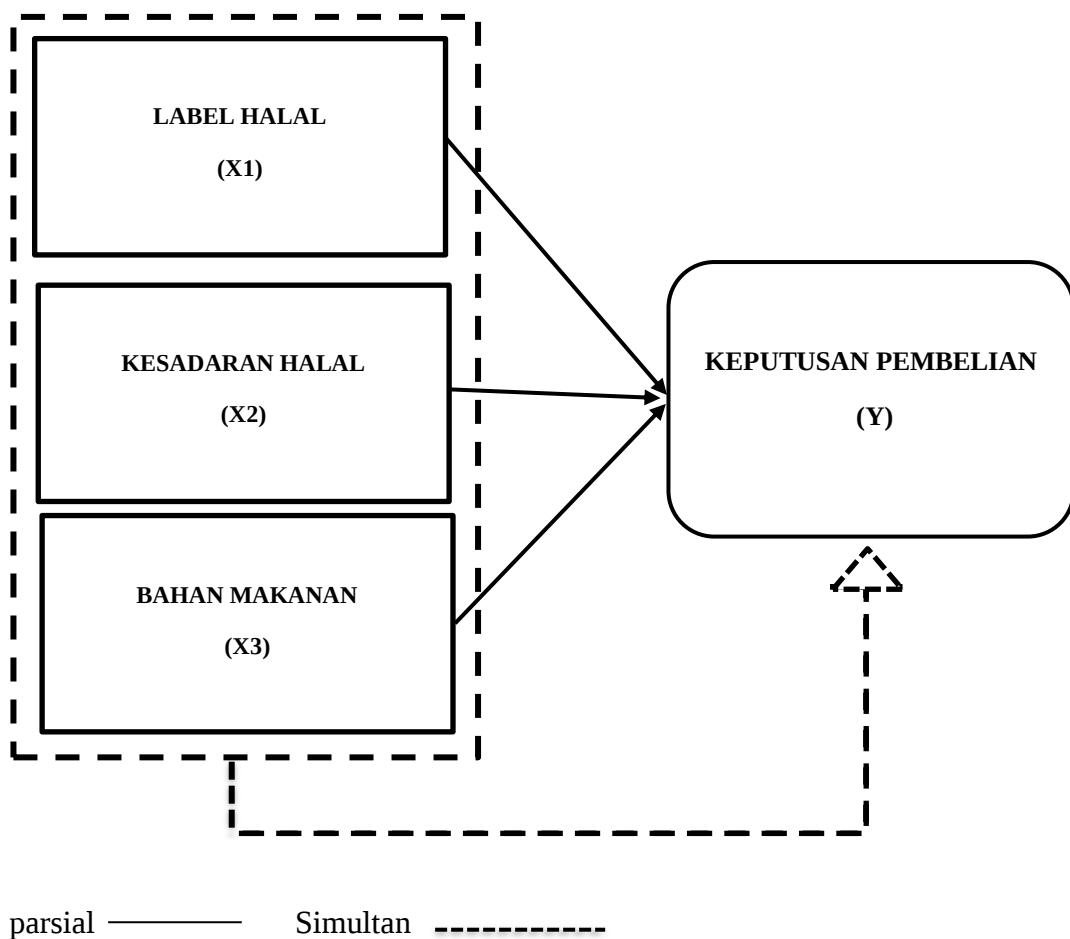
5) Hasil pembelian berupa kepuasan dan ketidakpuasan

Pengalaman konsumen dalam menggunakan barang dan jasa yang telah dibeli akan menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan.⁴⁷

⁴⁷ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi kedua (Jakarta: Erlangga, 2016), 176-178.

C. Kerangka Pikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Label Halal X1, Kesadaran Halal X2, dan Bahan Makanan X3) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian Y). Dari uraian penjelasan tersebut adapun bagan kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan dibawah ini.



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan jawaban sementara karena jawabannya masih berdasarkan teori yang relevan,

belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.⁴⁸

Adapun hipotesis pada penelitian ini yaitu:

1. H_{01} : Label Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
 H_{11} : Label Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2. H_{02} : Kesadaran Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
 H_{12} : Kesadaran Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian
3. H_{03} : Bahan Makanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
 H_{13} : Bahan Makanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
4. H_{04} : Label Halal, kesadaran Halal, dan Bahan Makanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
 H_{14} : Label Halal, kesadaran Halal, dan Bahan Makanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, edisi 6 (Bandung: Alfabeta, 2009), 64.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif (*Quantitatif Research*) adalah suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka (*score*, nilai) atau pernyataan-pernyataan yang di nilai, dan dianalisis dengan analisis statistik.⁴⁹ Penelitian survei menggunakan pengambilan sampel ilmiah dan desain kuesioner untuk mengukur karakteristik populasi dengan ketepatan statistik.⁵⁰ Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis survei.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini direncanakan akan dilakukan di Jalan Lingkar kota Palopo, provinsi Sulawesi Selatan. Waktu pada penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Maret-April 2024.

C. Definisi Operasional

1. Label Halal

Label halal adalah pemberian tanda halal tertulis yang jelas, digunakan untuk menunjukkan bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi oleh masyarakat umum. Label halal adalah label yang memuat informasi halal dengan standar halal menurut agama Islam. Mengukur indikator label halal berdasarkan

⁴⁹ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Bebera Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, Edisi 1 (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 6.

⁵⁰ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*, Edisi 1 (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 16.

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label halal dan iklan pangan, label halal diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a) Gambar,
- b) Tulisan,
- c) Kombinasi gambar dan tulisan,
- d) Menempel pada kemasan.

2. Kesadaran Halal

Kesadaran Halal merupakan tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan konsep halal. Pengetahuan semacam itu meliputi pemahaman produk apa yang boleh dikonsumsi dan bagaimana proses produksinya. Indikator kesadaran konsumen dalam memilih produk halal adalah sebagai berikut:

- a) bahan baku halal,
- b) kewajiban agama,
- c) proses produksi,
- d) kebersihan produk.

3. Bahan Makanan

Bahan makanan (*food ingredients*) merupakan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan suatu produk makanan. Indikator yang digunakan dalam mengukur bahan makanan yaitu:

- a) Informasi bahan produk,
- b) Istilah asing,
- c) Kualitas bahan

4. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli menurut Kotler & Armstrong. Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong adalah:

- a) Pengenalan kebutuhan,
- b) Pencarian informasi,
- c) Evaluasi alternatif,
- d) Pembelian,
- e) Hasil pembelian berupa kepuasan dan ketidakpuasan.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵¹ Disini populasi pada penelitian ini adalah para konsumen yang pernah menjadi konsumen pada pedagang di Jalan Lingkar kota Palopo.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan teknik *purposive sampling*. Dimana *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Edisi 6 (Bandung: Alfabeta, 2009), 80.

dengan pertimbangan tertentu.⁵² Adapun yang menjadi pertimbangan atau kriteria sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang beragama Islam, pernah menjadi konsumen di Jalan Lingkar kota Palopo, dan berusia 17 tahun keatas. karena populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Jalan Lingkar Kota Palopo yang jumlahnya besar dan tidak diketahui pasti maka peneliti menggunakan rumus Cochran. Dimana Rumus Cochran memungkinkan kita untuk menghitung ukuran sampel yang ideal mengingat tingkat presisi yang diinginkan, tingkat kepercayaan yang diinginkan, dan perkiraan proporsi atribut yang ada dalam populasi. Formula Cochran dianggap sangat tepat dalam situasi dengan populasi besar.⁵³

Rumus Cochran ini banyak digunakan oleh peneliti yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti seperti penelitian yang dilakukan oleh Shafa Giyan A'yuni dan Dhety Chusumastuti, dengan judul penelitian "Pengaruh *User Interface* aplikasi Shopee terhadap minat beli masyarakat."⁵⁴ Begitupun juga penelitian yang dilakukan oleh Nurliati dan Irma Mardian, menggunakan rumus Cochran dalam penentuan sampelnya dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Xiaomi Pada Duta Cell Bima."⁵⁵ Sugiyono dalam bukunya menjelaskan apabila populasi penelitian tidak dapat diketahui jumlahnya secara pasti, maka

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Edisi 6 (Bandung: Alfabeta, 2009), 81.

⁵³ Akas Pinarigan Sujalu and Et Al., *Statistik Ekonomi 1* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), 88.

⁵⁴ Shafa Giyan A'yuni and Dhety Chusumastuti, "Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat," *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 53.

⁵⁵ Nurliati and Irma Mardian, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima," *Manajemen Dewantara* 5, no. 1 (2021): 82.

pengambilan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Cochran.⁵⁶

Rumus Cochran:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n=Jumlah sampel yang diperlukan

z=Nilainya diperoleh dari tabel distribusi normal Z yakni 95% dengan nilai 1,96

p = proporsi populasi yang memiliki atribut yang dimaksud 50% = 0,5

q= 1-p = 0,5

e=Tingkat presisi yang diinginkan (yaitu *margin of error*), 10% = 0,1

$$\begin{aligned} n = \frac{z^2 pq}{e^2} &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} \\ &= \frac{(3,8146)(0,25)}{(0,01)} \\ &= \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \end{aligned}$$

Jadi hasil dari rumus diatas didapatkam sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu.⁵⁷ Teknik pengumpulan data yang digunakan pada

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

⁵⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Edisi 6 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), 44.

penelitian ini adalah dengan menyebarkan angket (kuesioner) pada konsumen Jalan Lingkar kota Palopo.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dari objek/subjek penelitian. Disini peneliti menggunakan angket (kuesioner) bersifat tertutup yang berisi butir-butir pernyataan dengan menyediakan alternatif-alternatif atau pilihan jawaban dan mengukurnya dengan menggunakan skala likert. Adapun alternatif jawaban dengan skala Likert yang digunakan yaitu:

Sangat Setuju	(SS)	diberi skor 4
Setuju	(S)	diberi skor 3
Tidak Setuju	(TS)	diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	diberi skor 1

Untuk mengatasi responden memberikan pilihan jawaban pada kategori tengah (netral) dan agar memperoleh informasi pasti. Para peneliti dianjurkan membuat tes skala Likert dengan menggunakan kategori pilihan genap, misalnya 4 pilihan, 6 pilihan, atau 8 pilihan.⁵⁸

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya. Dalam mengukur validitas perhatian ditujukan pada isi dan kegunaan

⁵⁸ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)*, Edisi Revi (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 187.

instrumen. Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pada dasarnya, uji validitas mengukur sah pertanyaan/pernyataan atau tidaknya setiap yang digunakan dalam penelitian. Dalam praktiknya, data sekunder tidak memerlukan uji validitas. kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, atau jika tingkat signifikansinya $< 0,05$, maka instrumen penelitian dikatakan valid. Jika yang terjadi sebaliknya dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (*measurement error*). Sedangkan uji reliabilitas instrumen untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat/taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6, hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika nilai *Cronbach's alpha* $>$ tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.⁵⁹ Jika yang terjadi sebaliknya dikatakan tidak reliabel.

⁵⁹ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, Uji R2)* (Jakarta: Guepedia, 2021), 7-17.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu uji untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak.⁶⁰ Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Data dikatakan terdistribusi secara normal jika nilai Asyp. Sig $\geq 0,05$.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas adalah uji untuk variabel bebas, di mana korelasi antar variabel bebas dilihat. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari gejala multikolinieritas. Menurut Ghazali dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika Variable Inflation Factor (VIF) < 10 dan Tolerance $> 0,1$.⁶¹ Begitupun menurut Wijaya Multikolinearitas dapat juga diketahui dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF ≤ 10 , maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.⁶²

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu metode uji ini adalah menggunakan teknik Uji Park dan Uji Grafik Plot. Pada Uji park, jika signifikansi lebih dari 0.05 maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pada Uji Grafik Plot, jika pada grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar

⁶⁰ Diah Wijayanti Sutha, *Biostatistika* (Malang: Media Nusa Creative, 2019), 73.

⁶¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016).

⁶² Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009).

secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.⁶³ Uji glrjser adalah uji untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi mempunyai indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, namun bila sebaliknya maka terjadi heteroskedastisitas.⁶⁴

2. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya (positif atau negatif), seberapa besar pengaruhnya, dan untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.

Adapun rumus regresi linier berganda: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Y = Variabel *response* atau variabel akibat (*dependent variable*)

a= Konstanta.

$X_1 X_2 X_3$ =Variabel *predictor* atau variabel faktor penyebab (*independent variable*).

b= Koefisien regresi (kemiringan); besaran *response* yang ditimbulkan oleh *predictor*.

e= Nilai residu⁶⁵

⁶³ Muhamad Uyun and Baquandi Lutvi Yoseanto, *Seri Buku Psikologi: Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2022), 131.

⁶⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016), 142.

⁶⁵ Duwi Priyanto, *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS & Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*, Edisi 1 (Yogyakarta: Cahaya Harapan, 2022), 3.

3. Uji Hipotesis

a. Uji parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien regresi parsial masing-masing variabel bebas. Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dengan nilai t_{tabel} sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut berarti bahwa hipotesis diterima, dan sebaliknya hipotesis ditolak jika nilai signifikan $\geq 0,05$ atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$.⁶⁶

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji Statistik F digunakan untuk menguji apakah model regresi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hubungan variabel independen terhadap variabel dependen signifikan dan model penelitian diterima. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hubungan variabel independen terhadap variabel dependen tidak signifikan dan model penelitian ditolak.⁶⁷

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui atau mengukur besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

⁶⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keli (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012).

⁶⁷ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, 2016.

Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas.⁶⁸ Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R*) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah terbatas.⁶⁹

⁶⁸ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan : Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2011).

⁶⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016), 171.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Jalan Lingkar Kelurahan Balandai, Kecamatan Bara, Kota Palopo merupakan Pembangunan jalan yang menghubungkan arah selatan dan utara Kota Palopo, dimaksudkan untuk memperlancar akses keluar masuk kota. Di kawasan ini dapat di kembangkan kawasan restaurant dan rumah makan dengan sajian pemandangan kawasan pantai dan pegunungan pada kiri dan kanan jalan yang menjadi daya tarik tersendiri pada daerah tersebut. Kawasan ini banyak di jumpai pedagang yang menyediakan berbagai macam makanan dan minuman. Sehingga tak heran jika banyak dijumpai pengunjung terutama menjelang sore hari sekitar pukul 16:00 WITA.

a. Status Kelurahan

Balandai adalah sebuah kelurahan di Kecamatan Bara, Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Dimekarkan pada bulan Mei tahun 2006 dengan nama Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo, status tanah Hak Milik dan sudah bangunan sendiri.

b. Letak Geografis

kelurahan Balandai secara geografis memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut;

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kel. Temmalebba Kec. Bara.
- 2) Sebelah Timur berbatasan dengan Teluk Bone.

- 3) Sebelah Selatan Berbatasan dengan Kel. Salobulo Kec. Wara Utara.
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Kel. Battang Kec. Wara Barat.

c. Keadaan Wilayah Dan Penduduk

Kelurahan Balandai memiliki keadaan wilayah dan penduduk sebagai berikut yaitu;

- 1) Kelurahan Balandai memiliki luas wilayah 5,6 km² terdiri dari daratan, pegunungan dan pantai.
- 2) Kelurahan Balandai memiliki 5 RW dan 17 RT
- 3) Keadaan penduduk $\pm$ 5.057 jiwa dan $\pm$ 1.033 kk.
- 4) Jarak dari ibu kota kecamatan $\pm$ 0,5 km
- 5) Jarak dari ibu kota kab/kota $\pm$ 4 km
- 6) Jarak dari ibu kota provinsi $\pm$ 368 km⁷⁰

2. Deskripsi Data Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Responden dalam penelitian ini sebanyak 96 orang yang merupakan konsumen Jalan Lingkar kota Palopo. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dipilih secara acak. Adapun hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Responden	Presentase
Laki-Laki	9	9,4%
Perempuan	87	90,6%
jumlah	96	100%

⁷⁰ Ridwan, "Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo," accessed May 19, 2024, <https://kelurahan-balandai.blogspot.com/p/profil.html>.

Berdasarkan tabel jumlah dan jenis kelamin responden diatas. Didapatkan hasil bahwa dari 96 orang responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 9 orang atau setara dengan 9,4% dan untuk responden berjenis kelamin perempuan diperoleh hasil sebanyak 87 orang yang setara 90,6%. Pada penelitian ini responden berdasarkan jenis kelamin dipilih secara acak. Dari tabel tersebut diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah perempuan.

b. Usia Responden

Karakteristik responden berdasarkan umur responden konsumen Jalan Lingkar yang telah di klasifikasikan diperoleh hasil penelitian sebagai berikut.

Tabel 4.2 Umur Responden

Umur	Responden	Presentase
17-25 Tahun	89	92,7%
26-45 Tahun	7	7,3%
46-45 Tahun	0	0%
Jumlah	96	100%

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 89 orang atau 92,7% responden pada penelitian ini berusia 17-25 tahun, 7 orang atau 7,3% responden berusia 26-45 tahun. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa responden berusia 17-25 tahun yang paling mendominasi yaitu sebanyak 92,7% atau 89 orang responden.

c. Pekerjaan Responden

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.3 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Responden	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	85	88,5%
Pegawai	4	4,2%
Wiraswasta	1	1%
IRT	1	1%
Lainnya	5	5,2%
Jumlah	96	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden sebanyak 85 orang atau setara 88.5% pekerjaannya sebagai Pelajar/Mahasiswa, 4 orang atau 4,2% responden bekerja sebagai pegawai, 1 orang atau 1% bekerja sebagai wiraswasta, serta sebanyak 1 orang atau 1% responden bekerja sebagai IRT, dan sebanyak 5 orang atau 5,2% responden memilih pekerjaan lainnya, karena peneliti hanya menyediakan beberapa alternatif jawaban, sehingga responden yang memiliki pekerjaan yang tidak disediakan dalam alternatif jawaban mereka memilih pekerjaan lainnya yang telah disediakan.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pada dasarnya, uji validitas mengukur sah pertanyaan/pernyataan atau tidaknya setiap yang digunakan dalam penelitian. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, atau jika tingkat signifikansinya $< 0,05$, maka instrumen penelitian dikatakan valid. Adapun cara menentukan r_{tabel} yaitu;

$$df = n-2$$

Dimana

N= jumlah sampel/responden (96)

Adapun hasil r_{tabel} yang diperoleh yaitu;

$$df = 96-2 = 94$$

$$\alpha = 0,05$$

$$r_{\text{tabel}} = 0,2006$$

Jadi nilai r_{tabel} dengan nilai df sebesar 94 dan α sebesar 0,05 diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,2006. Adapun hasil uji validitas instrumen untuk variabel Label Halal yang memiliki 9 item pernyataan/pertanyaan dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Label Halal (X1)

Item Pernyataan/Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,494	0,2006	Valid
X1.2	0,574	0,2006	Valid
X1.3	0, 510	0,2006	Valid
X1.4	0,619	0,2006	Valid
X1.5	0,438	0,2006	Valid
X1.6	0,629	0,2006	Valid
X1.7	0,597	0,2006	Valid
X1.8	0,396	0,2006	Valid
X1.9	0,577	0,2006	Valid

Berdasarkan tabel diatas output SPSS uji validitas variabel Label Halal (X1) dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria pengujian validitas dimana nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ 0,2006, sehingga hasil uji tersebut dapat dikatakan valid pada 9 item pernyataan/pertanyaan.

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Kesadaran Halal (X2)

Item Pernyataan/Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,550	0,2006	Valid
X2.2	0,648	0,2006	Valid
X2.3	0,699	0,2006	Valid
X2.4	0,513	0,2006	Valid
X2.5	0,560	0,2006	Valid
X2.6	0,498	0,2006	Valid
X2.7	0,575	0,2006	Valid
X2.8	0,576	0,2006	Valid
X2.9	0,625	0,2006	Valid
X2.10	0, 615	0,2006	Valid

Berdasarkan tabel diatas output SPSS uji validitas variabel kesadaran Halal (X2) dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria pengujian validitas dimana nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,2006, sehingga hasil uji tersebut dapat dinyatakan valid. Item pernyataan/pertanyaan variabel Kesadaran Halal (X2) berjumlah 10 item.

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Bahan Makanan (X3)

Item Pernyataan/Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0,637	0,2006	Valid
X3.2	0,640	0,2006	Valid
X3.3	0,807	0,2006	Valid
X3.4	0,697	0,2006	Valid
X3.5	0,671	0,2006	Valid
X3.6	0,592	0,2006	Valid

Berdasarkan tabel diatas output SPSS uji validitas variabel Bahan Makanan (X3) dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria pengujian validitas. Dimana semua item variabel Bahan Makanan (X3) mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,2006, sehingga hasil uji tersebut dapat dikatakan valid. Item pernyataan/pertanyaan variabel Bahan Makanan (X3) berjumlah 6 item.

Tabel 4.7 Uji Validitas Variable Keputusan Pembelian (Y)

Item Pernyataan/Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,643	0,2006	Valid
Y.2	0,767	0,2006	Valid
Y.3	0,819	0,2006	Valid
Y.4	0,755	0,2006	Valid
Y.5	0,738	0,2006	Valid
Y.6	0,666	0,2006	Valid
Y.7	0,782	0,2006	Valid
Y.8	0,808	0,2006	Valid
Y.9	0,776	0,2006	Valid
Y.10	0,822	0,2006	Valid

Berdasarkan tabel diatas output SPSS uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria pengujian validitas. Dimana semua item variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,2006, sehingga hasil uji tersebut dapat dikategorikan valid. Item pernyataan/pertanyaan variabel Keputusan Pembelian (Y) berjumlah 10 item.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan.

Jika nilai *Cronbach's alpha* > tingkat signifikan (0,6), maka instrumen dikatakan reliabel.⁷¹

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Label Halal (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.711	9

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 25 ditemukan hasil yang menunjukkan bahwa variabel Label Halal (X1) memiliki nilai *cronbach's Alpha* sebesar $0.711 > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan/pertanyaan variabel Label Halal (X1) sudah memenuhi kriteria uji reliabilitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Halal (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	10

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 25 ditemukan hasil yang menunjukkan bahwa variabel Kesadaran Halal (X2) memiliki

⁷¹ Dharma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, Uji R2)*.

nilai *cronbach's Alpha* sebesar $0.786 > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan/pertanyaan variabel Kesadaran Halal (X2) sudah memenuhi kriteria uji reliabilitas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bahan Makanan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.757	6

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 25 ditemukan hasil yang menunjukkan bahwa variabel Bahan Makanan (X3) memiliki nilai *cronbach's Alpha* sebesar $0.757 > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan/pertanyaan variabel Bahan Makanan (X3) sudah memenuhi kriteria uji reliabilitas.

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variable Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	10

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 25 ditemukan hasil yang menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai *cronbach's Alpha* sebesar $0.917 > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan/pertanyaan Keputusan Pembelian (Y) sudah sangat memenuhi kriteria uji reliabilitas.

4. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Adapun hasil uji normalitas menggunakan SPSS pada variabel penelitian ini dapat kita lihat pada tabel di bawah

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.11650228
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.059
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Berdasarkan tabel diatas ditemukan hasil bahwa nilai Asymp. sig sebesar $0,200 > 0,05$. Dimana suatu data dikatakan terdistribusi secara normal jika nilai $\text{Asyp. Sig} \geq 0,05$. Sehingga data diatas dapat disimpulkan berdistribusi normal. Uji normalitas merupakan uji untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak.

b. Uji Multikolinieritas

Adapun hasil uji multikolinieritas menggunakan SPSS pada variabel penelitian ini dapat kita lihat pada tabel di bawah.

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.481	4.466		.108	.914		
Label Halal	-.043	.115	-.026	-.371	.712	.948	1.055
Kesadaran Halal	.432	.117	.321	3.691	.000	.608	1.645
Bahan Makanan	.977	.164	.513	5.965	.000	.624	1.603

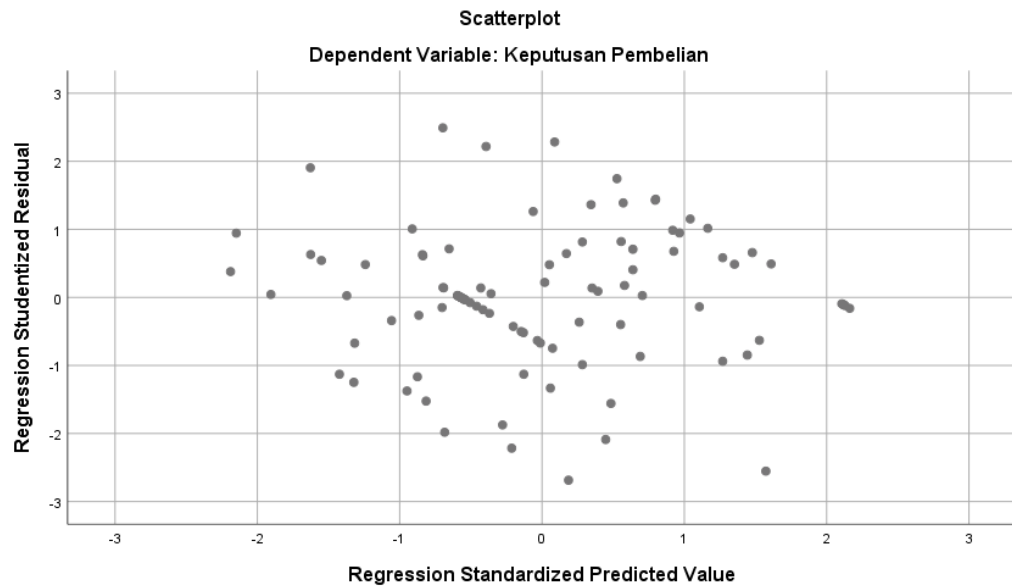
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas hasil uji asumsi klasik untuk uji multikolinearitas diperoleh hasil bahwa variabel Label Halal (X1), Kesadaran Halal (X2) dan Bahan Makanan (X3) tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji dimana nilai VIF (Variance Inflating Factor) untuk ketiga variabel yaitu label halal (X1) $1,055 < 10$, Kesadaran Halal (X2) $1,645 < 10$, dan Bahan Makanan (X3) $1,603 < 10$. Sementara untuk nilai tolerance yaitu, Label Halal (X1) $0,948 > 0,1$, Kesadaran Halal (X2) $0,608 > 0,1$, dan Bahan Makanan (X3) $0,624 > 0,1$. Menurut Ghozali dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika Variable Inflation Factor (VIF) < 10 dan Tolerance $> 0,1$.⁷² Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya korelasi antar variabel bebas (independen) dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedasitas

Adapun hasil uji Heteroskedasitas menggunakan SPSS pada variabel penelitian ini dapat kita lihat pada tabel di bawah.

⁷² Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, 2016.



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa grafik scatterplot menunjukkan penyebaran titik-titik berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu bagian Y, serta pada penyebaran titik-titiknya tidak menunjukkan pola yang jelas. Hal ini berarti bahwa tidak terjadi geala heteroskedasitas pada model regresi ini.

Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.443	2.970		1.496	.138
LABEL HALAL	-.050	.076	-.069	-.660	.511
KESADARAN HALAL	-.123	.078	-.208	-1.585	.116
BAHAN MAKANAN	.163	.109	.194	1.495	.138

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil uji heteroskedasitas diatas dengan menggunakan uji glejser ditemukan hasil bahwa nilai sig dari variable Label Halal (X1) sebesar $0,511 > 0,05$ Kesadaran Halal (X2) sebesar $0,116 > 0,05$ dan Bahan Makanan (X3) sebesar $0,138 > 0,05$. Dimana nilai sig masing-masing variable diatas memiliki nilai $\text{sig} > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedasitas

5. Uji Regresi Berganda

Uji regresi linier berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya (positif atau negatif), seberapa besar pengaruhnya, dan untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.⁷³ Adapun hasil SPSS uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.481	4.466		.108	.914
Label Halal	-.043	.115	-.026	-.371	.712
Kesadaran Halal	.432	.117	.321	3.691	.000
Bahan Makanan	.977	.164	.513	5.965	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelan

Berdasarkan table diatas dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 0,481 dan untuk Label Halal (nilai β) sebesar -0,043 sementara Kesadaran Halal (nilai β)

⁷³ Duwi Priyanto, *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS & Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*, Edisi 1 (Yogyakarta: Cahaya Harapan, 2022), 3.

sebesar 0,432 serta Bahan Makanan (nilai β) sebesar 0,977, sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut;

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

$$Y = 0,481 + (-0,043)X_1 + 0,432X_2 + 0,977X_3 + e$$

- a. Nilai konstanta Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,481 yang menyatakan jika variable X_1, X_2, X_3 tidak ada atau sama dengan nol yaitu Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan, maka Keputusan Pembelian adalah sebesar 0,481. Dimana hal ini mengartikan bahwa meskipun tidak ada label halal pada warung ataupun makanan yang diperjualbelikan, dan tidak ada kesadaran halal pada konsumen, serta meskipun konsumen tidak memperhatikan atau mempertimbangkan bahan makanan yang diperjualbelikan. Maka akan tetap terjadi Keputusan pembelian konsumen sebesar 0,481.
- b. Koefisien Label Halal (X_1) sebesar -0,043 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan terhadap variable label Halal (X_1) sebesar 1% maka akan diikuti penurunan keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar sebesar -0,043. Dimana nilai koefisien Label Halal bernilai negatif yang menunjukkan bahwa label halal berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin tinggi perhatian konsumen terhadap label halal maka akan terjadi penurunan keputusan pembelian konsumen.
- c. Koefisien Kesadaran Halal (X_2) sebesar 0,432 bahwa setiap terjadi peningkatan variable X_2 sebesar 1% maka Keputusan pembelian meningkat sebesar 0,432 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel kesadaran halal (X_2) sebesar 1% maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 0,432.

Dimana nilai koefisien Kesadaran Halal bernilai positif yang berarti menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti setiap terjadi peningkatan kesadaran halal konsumen akan pentingnya mengonsumsi makanan halal maka keputusan pembelian juga meningkat.

- d. Koefisien Bahan Makanan (X3) sebesar 0,977 bahwa setiap terjadi peningkatan variable Bahan Makanan (X3) sebesar 1% maka Keputusan pembelian meningkat sebesar 0,977 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variable X3 sebesar 1% maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 0,977. Dimana nilai koefisien Bahan Makanan bernilai positif yang menunjukkan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin yakin, percaya atau familiar konsumen pada bahan makanan maka keputusan pembelian juga semakin meningkat karena tidak adanya rasa ragu pada konsumen mengenai bahan makanan

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien regresi parsial masing-masing variabel bebas. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut berarti bahwa hipotesis diterima, dan jika sebaliknya hipotesis ditolak⁷⁴. Adapun cara menentukan nilai t_{tabel} yaitu;

$$t_{tabel} = \frac{\alpha}{2} n - k - 1$$

α = nilai signifikansi (0,05)

n = Jumlah Sampel/responden (96)

⁷⁴ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 2012.

K = Jumlah variable bebas (3)

$$t_{\text{tabel}} = \frac{0,05}{2} 96-3-1 = (0,025 : 92) \text{ Sehingga nilai } t_{\text{tabel}} 0,025 = 1,98609$$

Tabel 4.16 Hasil Uji-t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.481	4.466		.108	.914
Label Halal	-.043	.115	-.026	-.371	.712
Kesadaran Halal	.432	.117	.321	3.691	.000
Bahan Makanan	.977	.164	.513	5.965	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1) Pengaruh Label Halal X1 terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pada tabel diatas didapatkan hasil nilai sig 0,712 > 0,05 dan nilai $t_{\text{hitung}} -0,371 < t_{\text{tabel}} 1,986$, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 (Label Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian) diterima dan H_1 (Label Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian) ditolak. Hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi Label Halal lebih besar dari 0,05 dan t_{hitung} kurang dari t_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Label Halal tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Dimana semakin tinggi perhatian konsumen terhadap label halal maka akan terjadi penurunan keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo.

2) Pengaruh Kesadaran Halal X2 terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai $t_{\text{hitung}} 3,691 > t_{\text{tabel}} 1,986$, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 (Kesadaran Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian) ditolak dan H_2 (Kesadaran Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian) diterima. Hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi Kesadaran Halal kurang dari 0,05 dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .

Sehingga disimpulkan bahwa variabel Kesadaran Halal berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Dimana setiap terjadi peningkatan kesadaran halal konsumen akan pentingnya mengonsumsi makanan halal maka keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo juga akan meningkat.

3) Pengaruh Bahan Makanan X3 terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 5,965 > t_{\text{tabel}} 1,986$ sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 (Bahan Makanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian) ditolak dan H_3 (Bahan Makanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian) diterima. Hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi Bahan Makanan kurang dari 0,05 dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Sehingga disimpulkan bahwa variabel Bahan Makanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Dimana semakin familiar konsumen pada bahan makanan yang diperjualbelikan maka Keputusan pembelian makanan pada konsumen di Jalan Lingkar kota Palopo akan juga ikut meningkat.

b. Uji Simultan (Uji-F)

Uji Statistik F digunakan untuk menguji apakah model regresi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Jika angka signifikansi $< 0,05$ atau nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka hubungan variabel independen terhadap variabel dependen signifikan dan hipotesis penelitian diterima dan jika sebaliknya hipotesis ditolak.⁷⁵

Adapun cara menentukan nilai F_{tabel} yaitu;

$$F_{\text{tabel}} = k: n-1$$

⁷⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, 2016.

n = Jumlah Sampel/responden (96)

K = Jumlah variable bebas (3)

$F_{\text{tabel}} = 3: 96-3 = 3: 93$

Sehingga diperoleh nilai $F_{\text{tabel}} = 2,70$

Tabel 4.17 Hasil Uji-F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1407.060	3	469.020	41.724	.000 ^b
	Residual	1034.180	92	11.241		
	Total	2441.240	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Bahan Makanan, Label Halal, Kesadaran Halal

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 41,724 > F_{\text{tabel}} 2,70$ sehingga H_0 (Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian) ditolak dan H_4 (Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Label Halal (X_1), Kesadaran Halal (X_2) dan Bahan Makanan (X_3) secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui atau mengukur besarnya kontribusi variable bebas terhadap variable terikat. Adapun hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini berdasarkan hasil uji SPSS yaitu sebagai berikut

Tabel 4.18 Hasil Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 ^a	.576	.563	3.35277

a. Predictors: (Constant), Bahan Makanan, Label Halal, Kesadaran Halal

Diketahui nilai R Square 0,576 atau 57,6 % yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variable X1, X2 dan X3 terhadap variable Y sebesar 57,6% dan sisanya 42,4% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo, baik pengaruh secara parsial maupun secara simultan. Adapun pembahasan pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Pengaruh Label Halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo

Berdasarkan hasil uji-t (Parsial) ditemukan hasil bahwa Label Halal tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo, yang berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini juga dibuktikan berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dimana nilai koefisien Label Halal bernilai negatif yang menunjukkan bahwa label halal berpengaruh negatif terhadap Keputusan pembelian. Dimana hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan perhatian konsumen terhadap variable label Halal maka akan diikuti penurunan Keputusan pembelian makanan pada konsumen di Jalan Lingkar kota Palopo. Artinya label halal pada penelitian ini tidak memegang peranan penting pada konsumen dalam melakukan Keputusan pembelian makanan yang diperjual belikan di Jalan Lingkar kota Palopo.

Dari hasil kuesioner/angket penelitian yang telah disebar kepada konsumen Jalan Lingkar Kota Palopo yang menjadi responden dalam penelitian ini. Ditemukan data hasil pengisian kuesioner/angket penelitian yang menunjukkan bahwa pada item pernyataan/pertanyaan pada variable label halal, para responden dominan memilih alternatif jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju pada masing-masing item pernyataan/pertanyaan. Label halal adalah perizinan pemasangan kata halal bertuliskan arab yang terdapat pada kemasan produk perusahaan, yang sudah mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk yang dikeluarkan oleh BPOM didasarkan dari rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikai halal MUI.⁷⁶

Dari hasil penelitian diatas dapat diartikan bahwa konsumen di Jalan Lingkar kota Palopo akan tetap membeli makanan tersebut meskipun tidak ada label halalnya. Hal ini menunjukkan bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian makanan pada konsumen, karena ini kembali lagi kepada, kepercayaan kebiasaan dan sudut pandang para konsumen. Dimana kita ketahui bersama bahwa mayoritas penduduk kota Palopo beragama Islam. Para Pedagang di Jalan Lingkar kota Palopo juga sudah berdiri sejak lama dan sudah memiliki pelanggan yang cukup banyak sehingga menjadi kunci kepercayaan masyarakat yang menyebabkan kurangnya perhatian konsumen akan pentingnya keberadaan label halal baik itu dalam kemasan, warung tempat usaha, maupun pada spanduk.

⁷⁶ Amin et al., *Himpunan Fatwa MUI Bidang POM Dan IPTEK*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aden Khoirunnisa (2023) menyatakan Label Halal secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.⁷⁷ Dimana penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurmaya Adianti dan Febrima Ayuningrum (2023), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Label Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.⁷⁸ Begitupun juga penelitian yang dilakukan oleh M Fahrul Rozjiqin dan Ahmad Ajib Ridlwan (2022) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel Label Halal memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian konsumen.⁷⁹ Hasil penelitian Anastasya Safitri Arita Putri dkk (2024) juga menyatakan bahwa label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.⁸⁰

2. Pengaruh Kesadaran Halal (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo

Berdasarkan hasil uji-t (Parsial) ditemukan hasil bahwa Kesadaran Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo, yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini juga dibuktikan berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dimana nilai koefisien Kesadaran

⁷⁷ Khoirunnisa, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safi."

⁷⁸ Adianti and Ayuningrum, "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah."

⁷⁹ M Fahrul Rozjiqin and Ahmad Ajib Ridlwan, "Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Starbucks," *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 7, no. 1 (2022): 71.

⁸⁰ Anastasya Safitri Arita Putri et al., "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan (Snack) Jepang Di Surabaya," *Jurnal Tata Boga* 12, no. 2 (2024): 33.

Halal bernilai positif yang berarti menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dimana hal ini berarti setiap terjadi peningkatan kesadaran halal maka keputusan pembelian juga meningkat atau sebaliknya setiap terjadi penurunan kesadaran halal maka keputusan pembelian juga akan menurun.

Artinya kesadaran halal konsumen memegang peranan yang penting pada konsumen dalam melakukan Keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar kota Palopo. kesadaran halal adalah suatu pemahaman umat muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang pada akhirnya memprioritaskan makan halal untuk mereka konsumsi. Semakin memahami konsep halal, proses serta prinsip halal, umat muslim cenderung akan lebih selektif dalam memilih produk yang dikonsumsi.⁸¹

Dari hasil kuesioner/angket penelitian yang telah disebar kepada konsumen di Jalan Lingkar Kota Palopo yang menjadi responden dalam penelitian ini. Ditemukan data hasil pengisian kuesioner/angket penelitian yang menunjukkan bahwa pada item pernyataan/pertanyaan pada variable kesadaran halal, para responden dominan memilih alternatif jawaban setuju dan sangat setuju pada masing-masing item pernyataan/pertanyaan. Indikator pengukuran kesadaran halal pada penelitian ini mengacu pada keyakinan konsumen mengenai status kehalalan makanan yang diperjualbelikan di Jalan Lingkar kota Palopo. Dimana konsumen menyadari status halal suatu makanan itu penting, dengan kepercayaan karena pedagang nya beragama Islam.

⁸¹ Fauziah et al., *Survei Sadar Halal Generasi Muslim Milenial*. 35.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfath Adi Saputra dan Jaharuddin Jaharuddin (2022) hasil penelitiannya menyatakan bahwa yang menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁸² Begitupun penelitian yang dilakukan Aden Khoirunnisa (2023) yang hasil penelitiannya menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kesadaran Halal terhadap variabel Keputusan Pembelian.⁸³ Dimana penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmah Dhea Hervina, Reny Fitriana Kaban, dan Popy Novita Pasaribu (2021), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan pembelian.⁸⁴

3. Pengaruh Bahan Makanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo

Berdasarkan hasil uji-t (Parsial) ditemukan hasil bahwa Bahan Makanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo, yang berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini juga dibuktikan berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dimana nilai koefisien Bahan Makanan bernilai positif yang menunjukkan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dimana hal ini berarti semakin familiar konsumen pada

⁸² Alfath Adi Saputra and Jaharuddin Jaharuddin, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj)," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 16, no. 4 (2022): 1532.

⁸³ Khoirunnisa, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safi."

⁸⁴ Hervina, Kaban, and Pasaribu, "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood Di Era Pandemi Covid-19."

bahan makanan maka keputusan pembelian juga semakin meningkat karena tidak adanya rasa ragu pada konsumen mengenai bahan makanan atau sebaliknya semakin tidak familiar konsumen pada bahan makanan maka keputusan pembelian juga akan menurun karena adanya keraguan pada konsumen mengenai bahan makanan yang digunakan. Artinya bahan makanan memegang peranan penting dalam keputusan pembelian. Dimana konsumen berupaya memperhatikan bahan yang digunakan dalam pembuatan makanan dengan menanyakan bahan apa yang digunakan pada makanan yang diperjualbelikan di Jalan Lingkar kota Palopo, seperti jenis daging yang digunakan, apakah daging tersebut bersumber dari hewan halal.

Dari hasil kuesioner/angket penelitian yang telah disebar kepada konsumen di Jalan Lingkar Kota Palopo yang menjadi responden dalam penelitian ini. Ditemukan data hasil pengisian kuesioner/angket penelitian yang menunjukkan bahwa, mayoritas responden dominan memilih alternatif jawaban setuju dan sangat setuju pada masing-masing item pernyataan/pertanyaan pada variable bahan makanan. Bahan makanan, dapat didefinisikan sebagai bahan-bahan yang memerlukan pengolahan tertentu sebelum dikonsumsi.⁸⁵ Makanan halal adalah makanan yang boleh dimakan menurut ketentuan syariat Islam. Bagi seorang muslim, makanan yang dimakan harus memenuhi dua syarat, yaitu halal dan tayyib. Halal, artinya dibolehkan berdasarkan ketentuan syariat Islam, dan tayyib, artinya baik, mengandung nutrisi, bergizi, dan menyehatkan. Kehalalan suatu makanan juga harus

⁸⁵ Rahmi and Kusuma, *Ilmu Bahan Makanan*.

berdasarkan tiga kategori yaitu, 1) Halal dari segi wujudnya/zatnya makanan itu sendiri, yaitu tidak termasuk makanan yang diharamkan oleh Allah Swt. 2) Halal dari segi cara mendapatkannya dan 3) Halal dalam proses pengolahannya.

Dimana hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Rifai dkk (2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari variabel Bahan Makanan terhadap variabel Keputusan Pembelian konsumen.⁸⁶ Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan Partini (2022) yang juga mengatakan bahwa secara parsial variabel Bahan Makanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Niat Beli.⁸⁷ Begitupun Hasil penelitian Jumarni (2021) menunjukkan bahwa variabel bahan makanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸⁸

4. Pengaruh Label Halal (X1), Kesadaran Halal (X2) dan Bahan Makanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo

Berdasarkan hasil uji-F (Simultan) ditemukan hasil bahwa Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo, yang berarti H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini juga dibuktikan berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) dimana nilai R Square mendekati angka satu, yang

⁸⁶ Rifai et al., “Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Era Pandemic Covid-19.”

⁸⁷ Partini, “Pengaruh Food Ingredients, Sertifikasi Halal, Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Makanan Olahan Halal.”

⁸⁸ Jumarni, “Pengaruh Label Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 36.

menunjukkan variabel Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan berpengaruh terhadap variable Keputusan pembelian makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo. Oleh karena itu, penting untuk mencantumkan label halal pada pangan dan produk, yang dapat menjadi jaminan bagi konsumen.⁸⁹ Menurut Kotler & Armstrong keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar- benar membeli.⁹⁰

Dari hasil kuesioner/angket penelitian yang telah disebar kepada konsumen di Jalan Lingkar Kota Palopo yang menjadi responden dalam penelitian ini. Ditemukan data hasil pengisian kuesioner/angket penelitian yang menunjukkan bahwa, mayoritas responden dominan memilih alternatif jawaban setuju dan sangat setuju pada masing-masing item pernyataan/pertanyaan pada variable Keputusan pembelian. Dimana kehalalan dan bahan suatu makanan menjadi pertimbangan pembelian konsumen di Jalan Lingkar Kota Palopo. Konsumen disana beranggapan bahwa halal bukan hanya dari adanya label halal tetapi kembali lagi pada persepsi, kepercayaan atau keyakinan para konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursyawal, Listyaningrum, Mae (2023), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Label Halal dan Kesadaran Halal simultan berpengaruh positif

⁸⁹ Takdir and Ambas Hamida, "Halal Food in Muslim Minority Tourism Destinations: Perspective of Toraja, Indonesia," *Shirkah: Journal of Economics and Business* 8, no. 2 (2023): 168.

⁹⁰ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principle Of Marketing, 15th Edition* (New Jersey: Pearson Pretice Hall, 2014), 29.

terhadap variabel Keputusan Pembelian.⁹¹ Begitupun hasil penelitian Salsabila (2023) menunjukkan bahwa labelisasi halal dan kesadaran halal konsumen berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian.⁹² Wahyuni, Wulandari, Rukmini, Harahap (2023) menunjukkan bahwa secara simultan Label Halal dan Material Safety berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.⁹³ Dimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syakib Asqalani Rifai dkk (2022) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari variabel *Halal Awareness*, Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan terhadap variabel Keputusan Pembelian konsumen.⁹⁴

⁹¹ Nursyawal, Listyaningrum, and Mae, “Kajian Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Bubble Tea Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung.”

⁹² Salsabila, “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.”

⁹³ Iga Wahyuni et al., “Pengaruh Label Halal Dan Keamanan Bahan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Majestyk Bakery & Cake Shop Bakaran Batu Kecamatan Lubuk Pakam,” *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6, no. 2 (2023): 381.

⁹⁴ Rifai et al., “Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Era Pandemic Covid-19.”

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas setelah melakukan penelitian pada beberapa konsumen di Jalan Lingkar kota Palopo dengan menyebar kuesioner penelitian Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Jalan Lingkar kota Palopo. Maka penulis menarik kesimpulan dari beberapa rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

1. Hasil uji-t (Parsial) Label Halal (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig $0,712 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,371 < t_{tabel} 1,986$, yang berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Label Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Yang berarti bahwa meskipun ada atau tidak ada label halal konsumen tetap akan melakukan Keputusan pembelian makanan.
2. Hasil uji-t (Parsial) Kesadaran Halal (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,691 > t_{tabel} 1,986$, yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kesadaran Halal berpengaruh signifikan terhadap variable Keputusan Pembelian.

3. Hasil uji-t (Parsial) Bahan Makanan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 5,965 > t_{\text{tabel}} 1,986$, yang berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Bahan Makanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.
4. Hasil uji-F (Simultan) Label Halal (X1), Kesadaran Halal (X2) dan Bahan Makanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Makanan di Jalan Lingkar Kota Palopo. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sign } 0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 41,724 > F_{\text{tabel}} 2,70$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Label Halal (X1), Kesadaran Halal (X2) dan Bahan Makanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan nilai R Square yang menunjukkan 0,576 atau 57,6 % dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 mampu menjelaskan variabel Y sebesar 57,6% dan sisanya sebesar 42,4 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Sebaiknya para pedagang mengurus sertifikasi Label Halal pada pihak yang berwenang mengeluarkannya, agar para konsumen merasa terjamin dan aman mengonsumsi makanan yang mereka jual.
2. Sebaiknya pemerintah atau pihak yang berwenang melakukan sosialisasi pentingnya sertifikasi label halal. Jika perlu memberikan kemudahan mengurus

sertifikasi label halal seperti bantuan gratis untuk mengurus sertifikasi label halal.

3. Pihak yang berwenang seperti MUI sebaiknya melakukan sosialisasi terkait literasi halal. Sehubungan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat kota palopo selaku konsumen di Jalan Lingkar Kota Palopo sebagai responden dalam penelitian ini masih kurang dalam literasi halal. Dimana mereka memiliki kesadaran halal, mengetahui mana yang haram dan halal, tetapi mereka tetap membeli makanan meskipun belum memiliki label halal. Sehingga perlu dilakukannya sosialisasi halal yang terkait proses halal, prinsip halal, konsep halal dan sebagainya.
4. Bagi para konsumen sebaiknya memperhatikan sertifikasi label halal pada kemasan atau warung tempat usaha para pedagang makanan sebelum melakukan pembelian agar tidak merasa was-was mengonsumsi suatu makanan yang diperjualbelikan.
5. Bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan variabel lain diluar penelitian ini yang bisa lebih menjelaskan variabel keputusan pembelian, seperti variabel harga, *religiusitas*, gaya hidup dan variabel lainnya, atau memakai metode lain seperti metode kualitatif untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam mengenai keputusan pembelian makanan pada konsumen di Jalan Lingkar Kota Palopo. Meskipun makanan yang diperjualbelikan disana belum berlabel halal mereka tetap membeli, tetapi disatu sisi mereka sadar mana yang halal dan haram. Sehingga fenomena seperti ini menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Shafa Giyan, and Dhety Chusumastuti. "Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 53.
- Adianti, Siti Nurmaya, and Febrima Ayuningrum. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah." *Jurnal Al-Fatih Global Mulia* 5, no. 1 (2023): 46.
- Amin, Ma'ruf, M. Ichwan Sam, Zainul Tauhid, Hasanudin AF, Hasanuddin, and Asrorun Ni'am Sholeh. *Himpunan Fatwa MUI Bidang POM Dan IPTEK*. Jakarta: Erlangga, 2015.
- Astuti, Rini, and M Ali Hakim. "Pengaruh Label Halal Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4, no. 1 (2021): 1.
- Bahasa, Badan Pengembangan dan Pembinaan. "KBBI Daring." [kbbi.kemdikbud.go.id](https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Label), 2016. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Label>.
- BPS Kota Palopo. *Kota Palopo Dalam Angka 2023*. Palopo: BPS Kota Palopo, 2023.
- Dahlan, Abdul Azis. *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: Ikhtiar Baru Van Hoeve, 1996.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, Uji R²)*. Jakarta: Guepedia, 2021.
- Dinar Standard. "Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia per Sektor Tahun 2020.," 2021.
- Dinar Standard. "State of the Global Islamic Economy Report 2022," 2022. <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report->.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Bebera Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Edisi 1. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- El-jazairi, Abu Bakar. *Pola Hidup Muslim (Minhajul Muslim Muamalah)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991.
- Fasiha, Muh. Ruslan Abdullah, Abdul Kadir Arno, Helmi Kamal, and Fitriani Jamaluddin. "Halal Labelisation Of Haram Food In Makale Toraja." *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 4, no. 1 (2019): 26.
- Fasiha, Muzayyana Jabani, Helmi Kamal, and Muh Ruslan Abdullah. "Understanding Reconstruction Halal Products for Halal Businesses in Tana

- Toraja.” *Palita: Journal of Social Religion Research* 6, no. 1 (2021): 28.
- Fauziah, Koeswinarno, Siti Atieqo, Zaenal Abidin, Fakhruddin M, Umul Hidayati, Agus Mulyono, Achmad Rosidi, and R. Adang Nofandi. *Survei Sadar Halal Generasi Muslim Milenial*. Jakarta: Litbangdiklat Press Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2021.
- Febrilyantri, Candra. “The Influence of Halal Knowledge and Labeling on Food Product Purchase Decisions.” *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 2 (2022): 114.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keli. Semarang: Universitas Diponegoro, 2012.
- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- Girindra, Aisjah. *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*. Jakarta: LP POM MUI, 2005.
- Hermawan, Iwan. *Metodologi Penelitian Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*. Edisi 1. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019.
- Hervina, Rahmah Dhea, Reny Fitriana Kaban, and Popy Novita Pasaribu. “Pengaruh Kesadaran Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood Di Era Pandemi Covid-19.” *Inovator* 10, no. 2 (2021): 139.
- Hikma, Nurul. “Persepsi Pedagang Muslim Di Kota Palopo Terhadap Urgensi Labelisasi Halal Produk.” *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*, 2023, 62.
- Jumarni. “Pengaruh Label Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 36.
- Kemendagri. “Data Kependudukan Berdasarkan Provinsi Per Juli 2023,” n.d. <https://e-database.kemendagri.go.id/kemendagri/dataset/1102/tabel-data>.
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,. Pustaka Jaya Ilmu, 2014.
- . *Al-Qur'an Dan Terjemah*. Pustaka Jaya Ilmu, 2014.
- Khoirunnisa, Aden. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safi.” *Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*, 2023, 73.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principle Of Marketing, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, 2014.
- Kotler, Plihip, and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi kedu. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Makmur, Tamara. “Pemahaman Pelaku Usaha Siomay Di Jalan Lingkar Pada Proses Produk Halal Dan Sertifikasi Halal Di Kota Palopo.” *Institut Agama*

Islam Negeri Palopo, 2024.

Marsanti, Avicena Sakula, and Retno Widiarini. *Prinsip Higiene Sanitasi Makanan*. Edisi 1. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2018.

Muhajir, Muhammad Nur Alam, and Fahadil Amin Al Hasan. "The Development Of Halal Tourism Destinations In Indonesia: Potentials, Opportunities And Challenges." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2021): 76.

Murdiati, Agnes, and Amaliah. *Panduan Penyiapan Pangan Sehat Untuk Semua*. Jakarta: Prenada Media, 2013.

Nurliati, and Irma Mardian. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima." *Manajemen Dewantara* 5, no. 1 (2021): 82.

Nursyawal, Amatulloh Hasna, Ratna Sari Listyaningrum, and Amelianawati Mae. "Kajian Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Bubble Tea Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung." *Jurnal Agroindustri Halal* 9, no. 1 (2023): 92.

Partini, Siti Titta. "Pengaruh Food Ingredients, Sertifikasi Halal, Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Makanan Olahan Halal." *Bulletin Of Management And Business* 3, no. 1 (2022): 294.

"Pasal 1 UU No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan." Jakarta, 2012.

"Pasal 1 UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal." Jakarta, 2014.

"Pasal 4 UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal." Jakarta, 2014.

Pemerintah RI. "Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021." Jakarta, 2021.

———. "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan, BAB 1, Pasal 1, Angka 3." Jakarta, 1999.

Priyanto, Duwi. *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS & Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Edisi 1. Yogyakarta: Cahaya Harapan, 2022.

Putri, Anastasya Safitri Arita, Asrul Bahar, Mauren Gita Miranti, and Niken Purwidiani. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan (Snack) Jepang Di Surabaya." *Jurnal Tata Boga* 12, no. 2 (2024): 33.

Rahmi, Yosfi, and Titis Sari Kusuma. *Ilmu Bahan Makanan*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2020.

Ridwan. "Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo." Accessed May 19, 2024. <https://kelurahan-balandai.blogspot.com/p/profil.html>.

Rifai, Muhammad Syakib Asqalani, Wildan Nurhidayat, Winda Gafrilia Prianka, Fahma Labiba Salsabila, and Syifa Syaliya Nabilah. "Pengaruh Halal

- Awarness, Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Era Pandemic Covid-19.” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 4 (2022): 1575.
- Rozjiqin, M Fahrul, and Ahmad Ajib Ridlwan. “Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Starbucks.” *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 7, no. 1 (2022): 71.
- Salsabila, Moza. “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.” *Youth & Islamic Economic Journal* 4, no. 2 (2023): 22.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah. *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Saputra, Alfath Adi, and Jaharuddin Jaharuddin. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj).” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 16, no. 4 (2022): 1532.
- Sari, Nurinda. “Pengaruh Modal Usaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pedagang Mikro (Studi Kasus Jalan Lingkar Timur).” *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*, 2023, 5.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Edisi 6. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sujalu, Akas Pinarigan, and Et Al. *Statistik Ekonomi 1*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021.
- Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Edisi Revi. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan : Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2011.
- Sutha, Diah Wijayanti. *Biostatistika*. Malang: Media Nusa Creative, 2019.
- Syarof, Muhammad. *Pendorong Percepatan Program Sertifikasi Halal*. Jawa Barat: Adanu Abimata, 2024.
- Syarofi, Muhammad. *Pendorong Percepatan Program Sertifikasi Halal*. Digital. Indramayu: CV Adanu Abimata, 2024.
- Takdir, and Ambas Hamida. “Halal Food in Muslim Minority Tourism Destinations: Perspective of Toraja, Indonesia.” *Shirkah: Journal of Economics and Business* 8, no. 2 (2023): 168.

- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Edisi 6. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004.
- Uyun, Muhamad, and Baquandi Lutvi Yoseanto. *Seri Buku Psikologi: Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Vizano, Nico Alexander, Khamaludin Khamaludin, and Mochammad Fahlevi. "The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia." *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8, no. 4 (2021): 446.
- Wahyuni, Iga, Sari Wulandari, Rukmini Rukmini, and Nur'ain Harahap. "Pengaruh Label Halal Dan Keamanan Bahan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Majestyk Bakery & Cake Shop Bakaran Batu Kecamatan Lubuk Pakam." *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6, no. 2 (2023): 381.
- Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009.
- William, J.S. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2004.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

DAFTAR KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL DAN BAHAN
MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA
KONSUMEN JALAN LINGKAR KOTA PALOPO**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada responden yang terhormat,

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (Skripsi), saya **HASNIATI** selaku mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo sedang melakukan penelitian. Sehubungan dengan ini, saya memohon Saudara/i yang memenuhi kriteria dibawah sebagai responden dari kuesioner ini. Adapun kriteria responden yaitu:

- 1. Pernah menjadi konsumen di Jalan Lingkar kota Palopo**
- 2. Beragama Islam**
- 3. Berusia 17 tahun keatas**

1. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA :

JENIS KELAMIN : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

UMUR : ☐ 17-25 Tahun ☐ 26-45 Tahun ☐ 46-65 Tahun

PEKERJAAN : ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Pegawai ☐ Wiraswasta
☐ IRT ☐ Lainnya

2. PERNYATAAN PENELITIAN

Berilah respon terhadap pernyataan/pertanyaan dalam tabel dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan persepsi Saudara/i mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut:

- | | | |
|---------------------|-------|---------------|
| Sangat Setuju | (SS) | diberi skor 4 |
| Setuju | (S) | diberi skor 3 |
| Tidak Setuju | (TS) | diberi skor 2 |
| Sangat Tidak Setuju | (STS) | diberi skor 1 |

LABEL HALAL (X1)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Gambar					
1.	Makanan yang saya beli/konsumsi tertera gambar label halal pada kemasan atau warung di Jalan Lingkar				
2.	Saya selalu memperhatikan gambar label halal sebelum melakukan pembelian makanan di Jalan Lingkar				
Tulisan					
3.	Makanan yang saya beli/konsumsi tertera tulisan Halal pada kemasan atau warung di Jalan Lingkar				
4.	Adanya tulisan “Halal” pada kemasan/warung di Jalan Lingkar menjadi pertimbangan saya sebelum melakukan pembelian makanan				
Kombinasi gambar dan tulisan					
5.	Makanan yang saya beli/konsumsi di Jalan Lingkar tertera kombinasi gambar dan tulisan label halal				
6.	Adanya label halal (kombinasi gambar dan tulisan) menjamin kehalalan makanan di Jalan Lingkar				
7.	Gabungan gambar dan tulisan Label halal MUI memberi saya perlindungan, rasa aman, dan kenyamanan dalam membeli dan mengonsumsi makanan di Jalan Lingkar				
Menempel pada kemasan					
8.	Label halal menempel pada warung/kemasan makanan yang saya beli/konsumsi di Jalan Lingkar				
9.	Adanya label halal menempel pada warung/kemasan makanan menjadi pertimbangan saya dalam membeli makanan di Jalan Lingkar				

KESADARAN HALAL (X2)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Bahan baku halal					
1.	Saya mengetahui dengan sadar apa saja bahan baku makanan yang diperjualbelikan di Jalan Lingkar				
2.	Saya mencari informasi kehalalan bahan makanan di Jalan Lingkar sebelum melakukan pembelian.				
3.	Saya yakin bahwa bahan makanan yang saya beli dijamin halal oleh penjual di Jalan Lingkar				
Kewajiban Agama					
4.	Saya mengonsumsi makanan halal karena mengikuti ajaran agama Islam.				
5.	Saya paham apa itu halal				
6.	Saya memahami bahwa mengonsumsi makanan halal merupakan kewajiban bagi setiap muslim				
Proses produksi					
7.	Saya hanya akan membeli makanan di Jalan Lingkar bila saya yakin dengan proses produksinya				
8.	Saya mengetahui proses pengolahan makanan di Jalan Lingkar				
Kebersihan produk					
9.	Sebelum mengonsumsi, saya akan memastikan terlebih dahulu kebersihan dan keamanan makanan di Jalan Lingkar				
10.	Saya merasa aman mengonsumsi makanan di Jalan Lingkar karena terjamin kebersihannya				

BAHAN MAKANAN (X3)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Informasi bahan produk					
1.	Saya selalu sadar dengan Informasi komposisi atau bahan-bahan yang digunakan dalam membuat makanan di Jalan Lingkar				
2	Saya mencari informasi bahan makanan di Jalan Lingkar sebelum melakukan pembelian.				
Istilah Asing					
3	Bahan asing yang digunakan dalam makanan di Jalan Lingkar akan memicu kecurigaan terhadap “kehalalan” suatu produk				
4.	Saya hanya akan membeli makanan di Jalan Lingkar yang bebas dari bahan asing atau mencurigakan kehalalannya				
Kualitas bahan					
5.	Bahan-bahan yang dipakai dalam suatu makanan di Jalan Lingkar mencerminkan kualitas produk makanan				
6.	Saya merasa aman jika mengonsumsi makanan di Jalan Lingkar karena terjamin kualitas dan kehygienisannya				

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Pengetahuan kebutuhan					
1.	Saya berhati-hati dalam mengonsumsi dan mengutamakan kehalalan makanan di Jalan Lingkar				
2.	Saya selalu berusaha memenuhi kebutuhan dengan makanan di Jalan Lingkar yang berlabel halal pada warung/kemasannya..				
Pencarian informasi					
3.	Saya memastikan informasi kejelasan kehalalan produk makanan di Jalan Lingkar sebelum membelinya				
4.	Saya selalu mencari tahu informasi dari beragam sumber mengenai makanan di Jalan Lingkar sebelum memutuskan melakukan pembelian.				

Evaluasi alternatif					
5.	Sebelum membeli makanan di Jalan Lingkar saya mempertimbangkan kualitas dan kehalalan makanan tersebut				
6.	Saya lebih memilih makanan di Jalan Lingkar yang berlabel halal dari pada produk makanan yang tidak memiliki label halal				
Pembelian					
7.	Saya memilih membeli makanan di Jalan Lingkar karena adanya jaminan halal dari makanan tersebut				
8.	Saya yakin untuk memilih makanan di Jalan Lingkar sebagai pilihan pertama ketika melakukan keputusan pembelian makanan halal.				
Hasil pembelian berupa kepuasan dan ketidakpuasan					
9.	Saya puas membeli makanan di Jalan Lingkar karena terjamin kehalalan makananya dengan memiliki label halal pada warung/kemasannya.				
10.	Saya akan kembali membeli makanan di Jalan Lingkar karena kualitas, mutu dan terjamin kehalalannya				

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

LABEL HALAL (X1)										
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
1	1	3	1	1	1	1	1	2	3	14
2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	22
3	2	2	1	3	1	3	2	1	3	18
4	1	2	2	2	1	1	2	1	2	14
5	2	2	2	1	2	3	3	2	3	20
6	1	2	2	2	2	1	1	2	1	14
7	2	3	2	3	2	3	3	2	2	22
8	1	3	2	3	2	3	3	2	3	22
9	1	2	1	2	1	2	1	1	1	12
10	2	2	2	3	2	3	3	2	2	21
11	1	1	1	2	2	2	2	2	1	14
12	2	3	2	3	1	3	3	1	3	21

13	2	3	1	3	2	3	3	2	2	21
14	2	3	2	3	2	3	1	2	2	20
15	2	3	2	2	1	1	3	2	1	17
16	2	3	1	3	1	3	3	1	3	20
17	2	3	2	3	2	2	3	2	3	22
18	2	2	2	1	2	3	2	2	2	18
19	2	3	1	2	2	3	1	1	3	18
20	2	3	2	3	2	3	3	2	3	23
21	2	3	2	3	2	3	3	2	3	23
22	2	3	2	3	2	2	3	2	3	22
23	2	3	2	3	2	3	3	2	3	23
24	2	1	2	2	2	1	2	2	2	16
25	2	2	1	2	1	3	3	2	2	18
26	2	3	1	2	2	1	1	2	2	16
27	1	1	1	1	2	1	2	1	1	11
28	1	1	2	1	1	2	2	1	1	12
29	1	3	2	1	2	3	1	2	1	16
30	2	3	1	1	2	3	3	1	3	19
31	2	3	1	3	2	2	2	2	2	19
32	2	3	2	3	2	2	2	2	3	21
33	1	2	1	1	1	2	2	2	2	14
34	1	1	2	1	1	2	3	2	3	16
35	2	3	2	2	2	3	3	1	2	20
36	1	1	2	2	2	2	2	1	2	15
37	1	3	2	2	2	1	1	2	2	16
38	2	3	2	3	2	3	3	2	3	23
39	1	3	2	3	3	3	3	2	3	23
40	2	3	2	2	2	3	1	2	3	20
41	2	2	2	2	2	3	3	2	2	20
42	2	3	2	1	2	2	2	1	2	17
43	2	3	3	3	3	3	2	3	1	23
44	2	2	2	1	2	2	2	2	2	17
45	2	2	1	1	2	2	2	2	1	15
46	2	2	1	2	1	2	2	2	2	16
47	2	2	1	2	2	2	2	2	2	17
48	2	2	1	1	1	2	2	2	2	15
49	2	2	2	1	3	3	3	2	3	21
50	2	2	2	3	2	2	2	2	2	19
51	2	2	2	1	1	1	1	2	3	15
52	1	2	2	3	3	3	2	2	3	21
53	2	2	2	3	2	2	2	2	2	19

54	2	2	2	3	3	3	2	2	2	21
55	2	3	2	2	2	2	2	2	2	19
56	2	2	2	2	2	2	3	2	2	19
57	2	3	2	1	2	2	2	2	3	19
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
59	2	2	1	3	2	2	1	1	2	16
60	2	2	2	1	2	1	1	2	2	15
61	2	2	2	3	2	2	2	2	2	19
62	1	1	1	2	1	2	2	2	1	13
63	2	3	2	3	2	3	3	1	3	22
64	2	3	2	3	2	3	2	2	2	21
65	1	3	1	1	1	2	2	1	2	14
66	1	2	2	1	2	3	3	2	3	19
67	2	2	1	2	2	2	2	1	2	16
68	1	2	1	2	1	3	2	2	2	16
69	1	2	1	2	2	3	2	1	2	16
70	1	3	3	3	2	2	2	2	2	20
71	1	1	2	3	2	3	2	3	2	19
72	2	2	2	2	3	1	3	3	3	21
73	1	1	1	1	1	2	1	1	1	10
74	1	2	2	1	2	2	1	1	1	13
75	2	3	2	3	2	2	3	2	3	22
76	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
77	2	2	2	2	2	3	2	2	2	19
78	2	3	2	2	2	3	3	2	2	21
79	2	3	2	1	1	3	3	2	3	20
80	2	3	1	3	1	3	3	2	3	21
81	2	3	1	3	2	2	1	2	3	19
82	2	2	1	1	2	1	1	1	2	13
83	1	3	2	3	1	3	3	1	3	20
84	1	1	1	2	2	1	2	2	2	14
85	1	1	1	2	1	1	2	1	2	12
86	2	2	2	2	3	1	2	2	1	17
87	2	2	2	2	3	2	2	2	3	20
88	2	3	2	2	2	3	2	2	2	20
89	1	2	2	3	2	3	2	2	2	19
90	1	1	2	2	2	2	2	2	2	16
91	2	1	2	2	2	2	3	2	1	17
92	1	2	2	2	2	3	1	1	3	17
93	2	2	2	2	2	2	1	2	1	16
94	1	3	2	2	3	3	3	1	1	19

95	2	2	2	2	2	3	3	2	3	21
96	2	2	1	2	2	3	3	2	2	19

KESADARAN HALAL (X2)											
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total
1	1	3	2	4	3	4	2	2	3	3	27
2	3	3	2	4	4	4	3	2	3	2	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
4	4	3	3	4	4	4	3	2	4	3	34
5	3	3	2	4	2	2	3	2	2	2	25
6	3	2	2	4	4	4	4	2	3	3	31
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
9	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
10	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
11	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
12	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	29
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
14	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	30
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
16	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	33
17	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	26
20	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	34
21	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
24	2	2	2	4	4	4	3	1	3	2	27
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	4	4	4	4	3	4	4	2	4	2	35
27	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	34
28	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	37
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	2	3	2	4	4	4	4	3	3	3	32
31	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	30
32	3	3	3	2	3	4	2	2	2	3	27
33	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	30

34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	34
36	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	35
37	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	33
38	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	34
39	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	26
40	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	30
41	2	3	3	4	4	4	4	2	4	3	33
42	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	32
43	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	36
44	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	36
49	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	32
50	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
51	4	2	3	3	4	4	3	2	3	3	31
52	2	3	4	4	4	4	3	2	4	2	32
53	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
54	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
55	3	2	3	4	4	4	3	2	4	2	31
56	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	31
57	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	36
58	3	1	3	4	4	4	2	1	3	2	27
59	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	37
60	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	33
61	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	35
62	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
64	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	36
65	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	37
66	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33
67	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
68	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	34
69	3	3	2	4	4	4	3	2	3	4	32
70	2	1	2	4	4	4	4	2	3	3	29
71	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	22
72	4	3	2	4	3	4	2	3	4	4	33
73	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	34
74	4	1	4	4	4	4	1	4	1	4	31

75	2	3	3	4	4	4	4	2	4	2	32
76	2	2	2	4	4	4	3	2	3	3	29
77	2	2	2	4	4	4	2	2	4	2	28
78	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
79	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
80	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	34
81	2	3	3	4	4	4	3	2	3	4	32
82	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	34
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
84	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	31
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	4	3	2	4	3	3	4	2	3	3	31
87	2	2	3	4	4	4	2	2	3	3	29
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
89	2	2	3	4	4	4	3	2	3	3	30
90	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	27
91	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
92	3	4	3	4	4	4	3	2	4	3	34
93	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	34
94	3	4	2	4	3	4	4	2	4	3	33
95	2	2	3	4	4	4	2	2	3	3	29
96	2	3	4	4	4	4	2	2	4	4	33

BAHAN MAKANAN (X3)							
No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
1	3	2	3	3	3	2	16
2	3	3	3	3	3	2	17
3	3	3	3	2	3	3	17
4	3	4	4	4	3	3	21
5	2	3	2	3	2	2	14
6	3	1	2	4	4	4	18
7	3	3	3	3	3	3	18
8	3	3	3	3	3	3	18
9	3	3	3	3	3	3	18
10	3	3	3	3	3	3	18
11	4	4	4	2	2	4	20
12	3	3	3	4	3	3	19
13	3	3	3	3	3	3	18

14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	3	3	3	3	3	18
16	3	3	3	4	4	4	21
17	3	2	3	3	3	3	17
18	3	3	3	3	3	3	18
19	3	3	3	3	3	2	17
20	2	2	3	3	3	3	16
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	4	4	4	4	4	3	23
24	2	2	3	3	3	2	15
25	3	3	3	3	3	3	18
26	4	3	4	4	4	2	21
27	4	2	4	4	4	2	20
28	3	3	3	3	3	4	19
29	4	4	4	4	4	4	24
30	3	3	4	4	4	4	22
31	3	3	3	2	3	2	16
32	2	2	2	2	3	2	13
33	3	3	3	3	3	3	18
34	4	3	4	4	3	4	22
35	4	3	3	3	4	4	21
36	3	3	3	4	4	3	20
37	4	3	4	3	4	3	21
38	3	3	3	4	4	3	20
39	2	2	3	3	3	3	16
40	3	3	3	3	3	3	18
41	3	2	4	3	4	3	19
42	3	2	4	4	4	4	21
43	4	3	3	3	3	3	19
44	3	3	3	3	4	2	18
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	3	3	3	4	4	4	21
49	3	3	4	4	2	2	18
50	4	4	4	4	4	3	23
51	3	3	2	2	3	3	16
52	3	2	2	2	2	2	13
53	3	4	4	4	4	3	22
54	4	4	3	4	4	3	22

55	2	2	3	4	4	2	17
56	3	2	4	4	4	3	20
57	3	3	2	3	3	3	17
58	3	1	3	4	4	3	18
59	4	3	4	4	4	4	23
60	4	3	3	3	3	3	19
61	3	4	4	4	4	4	23
62	4	3	3	4	4	3	21
63	3	3	3	3	3	3	18
64	4	3	4	4	4	3	22
65	3	3	4	4	4	3	21
66	3	3	3	3	4	4	20
67	3	3	3	3	3	3	18
68	2	1	2	3	4	3	15
69	4	3	4	4	4	4	23
70	3	3	4	4	4	3	21
71	4	4	3	3	3	4	21
72	4	3	4	2	3	4	20
73	3	3	3	3	3	3	18
74	4	1	1	1	1	4	12
75	2	2	3	3	4	2	16
76	2	3	2	3	3	2	15
77	3	3	4	3	4	3	20
78	3	4	3	3	3	3	19
79	3	3	3	3	3	3	18
80	3	3	3	4	4	4	21
81	2	3	4	3	4	4	20
82	4	4	4	4	4	4	24
83	3	3	3	3	3	3	18
84	2	3	3	4	4	3	19
85	4	4	4	4	4	4	24
86	3	3	3	3	3	3	18
87	3	2	3	3	4	3	18
88	3	3	3	3	3	2	17
89	3	2	2	2	3	3	15
90	3	3	3	3	2	2	16
91	3	3	3	4	3	3	19
92	4	3	4	4	4	3	22
93	3	2	3	4	3	4	19
94	3	4	3	3	4	3	20
95	3	2	3	4	3	2	17

96	2	2	3	4	3	4	18
----	---	---	---	---	---	---	----

[illegible]

35	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	37
36	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	33
37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
38	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	34
39	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	28
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
41	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	33
42	3	3	2	2	4	2	3	2	3	3	27
43	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
44	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	30
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
49	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
50	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
51	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
52	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	32
53	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
54	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	35
55	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	29
56	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	28
57	4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	30
58	3	3	2	1	3	4	2	2	2	3	25
59	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	36
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
61	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
64	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	36
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	36
67	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
68	4	2	4	3	3	4	3	2	3	3	31
69	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	37
72	3	4	2	3	4	2	3	4	3	4	32
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
74	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	25
75	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	28

76	3	2	2	2	3	3	3	1	2	2	23
77	4	3	2	2	3	4	2	1	2	2	25
78	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	35
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
80	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36
81	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	35
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
84	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
87	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	23
88	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	24
89	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	23
90	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
91	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	34
92	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
93	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	24
94	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	30
95	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	24
96	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	24

Lampiran 3 : Hasil Uji Analisis Data

1. Uji Validitas Label Halal (X1)

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOTAL
X1.1	Pearson	1	.356**	.088	.192	.194	.134	.223*	.241*	.250*	.494**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)		.000	.396	.062	.058	.192	.029	.018	.014	.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson	.356**	1	.187	.332**	.104	.345**	.175	.035	.406**	.574**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.000		.069	.001	.315	.001	.088	.734	.000	.000
N		96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson	.088	.187	1	.198	.425**	.158	.194	.341**	.097	.510**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.396	.069		.053	.000	.125	.058	.001	.345	.000

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.192	.332**	.198	1	.210*	.334**	.251*	.181	.254*	.619**
	Sig. (2-tailed)	.062	.001	.053		.040	.001	.014	.077	.013	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.194	.104	.425**	.210*	1	.129	.057	.319**	.012	.438**
	Sig. (2-tailed)	.058	.315	.000	.040		.212	.581	.002	.909	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.134	.345**	.158	.334**	.129	1	.425**	.010	.322**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.192	.001	.125	.001	.212		.000	.921	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.223*	.175	.194	.251*	.057	.425**	1	.135	.334**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.029	.088	.058	.014	.581	.000		.189	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.8	Pearson Correlation	.241*	.035	.341**	.181	.319**	.010	.135	1	.060	.396**
	Sig. (2-tailed)	.018	.734	.001	.077	.002	.921	.189		.562	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.9	Pearson Correlation	.250*	.406**	.097	.254*	.012	.322**	.334**	.060	1	.577**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.345	.013	.909	.001	.001	.562		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.494**	.574**	.510**	.619**	.438**	.629**	.597**	.396**	.577**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

2. Uji Validitas Kesadaran Halal (X2)

Correlations

[illegible]

X2.7	Pearson Correlation	.152	.355*	.294*	.275*	.260*	.128	1	.236*	.445*	.198	.575**
	Sig. (2-tailed)	.140	.000	.004	.007	.010	.215		.021	.000	.053	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.8	Pearson Correlation	.347*	.389*	.432*	.020	.037	-.025	.236*	1	.101	.507*	.576**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.844	.720	.812	.021		.328	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.9	Pearson Correlation	.211*	.407*	.261*	.405*	.425*	.383*	.445*	.101	1	.174	.625**
	Sig. (2-tailed)	.039	.000	.010	.000	.000	.000	.000	.328		.091	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.10	Pearson Correlation	.240*	.273*	.455*	.151	.238*	.285*	.198	.507*	.174	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.018	.007	.000	.141	.019	.005	.053	.000	.091		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTALX2	Pearson Correlation	.550*	.648*	.699*	.513*	.560*	.498*	.575*	.576*	.625*	.615*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

3. Uji Validitas Bahan Makanan (X3)

Correlations							
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTALX3

X3.1	Pearson Correlation	1	.442**	.442**	.179	.166	.382**	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.081	.105	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.442**	1	.479**	.222*	.155	.235*	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.030	.130	.021	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.442**	.479**	1	.564**	.511**	.277**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.006	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.179	.222*	.564**	1	.636**	.221*	.697**
	Sig. (2-tailed)	.081	.030	.000		.000	.030	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.166	.155	.511**	.636**	1	.269**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.105	.130	.000	.000		.008	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X3.6	Pearson Correlation	.382**	.235*	.277**	.221*	.269**	1	.592**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.006	.030	.008		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
TOTALX3	Pearson Correlation	.637**	.640**	.807**	.697**	.671**	.592**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

4. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations											
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TOTAL Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.591*	.587*	.601*	.680*	.393*	.237*	.287*	.328*	.643**
			*	*	*	*	*		*	*	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.020	.005	.001	.000
Y.2	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.591*	1	.601*	.640*	.674*	.411*	.445*	.539*	.419*	.767**
		*		*	*	*	*	*	*	*	

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	.587*	.601*	1	.752*	.609*	.489*	.588*	.541*	.502*	.556*	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	.601*	.640*	.752*	1	.623*	.315*	.424*	.495*	.443*	.475*	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	.680*	.674*	.609*	.623*	1	.413*	.401*	.441*	.399*	.466*	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.6	Pearson Correlation	.393*	.411*	.489*	.315*	.413*	1	.551*	.431*	.444*	.591*	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.7	Pearson Correlation	.237*	.445*	.588*	.424*	.401*	.551*	1	.760*	.732*	.683*	.782**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.8	Pearson Correlation	.287*	.539*	.541*	.495*	.441*	.431*	.760*	1	.767*	.736*	.808**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.9	Pearson Correlation	.328*	.419*	.502*	.443*	.399*	.444*	.732*	.767*	1	.770*	.776**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.10	Pearson Correlation	.328*	.566*	.556*	.475*	.466*	.591*	.683*	.736*	.770*	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL Y	Pearson Correlation	.643*	.767*	.819*	.755*	.738*	.666*	.782*	.808*	.776*	.822*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Lampiran 4 : r Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 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
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	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	0.2630	0.2900	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	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	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	0.3430
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	0.2050	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	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
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	0.2540	0.3211

Lampiran 5 : t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	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	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
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	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	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	1.66140	1.98580	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	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 6 : F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax : (0471) 326048, Email : dpmpptsp@palopokota.go.id, Website : <http://dpmpptsp.palopokota.go.id>

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 500.16.7.2/2024.0178/IP/DPMPPTSP

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 Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : HASNIATI
Jenis Kelamin : P
Alamat : Dsn. Kandeapi Kec. Mappedeceng Kab. Luwu Utara
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
NIM : 2004010214

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

PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL, DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA KONSUMEN JALAN LINGKAR KOTA PALOPO

Lokasi Penelitian : Jalan Lingkar Kota Palopo
Lamanya Penelitian : 25 Maret 2024 s.d. 25 Juni 2024

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati 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 Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 25 Maret 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPPTSP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211 200312 1 002

Tembusan, Kepada Yth.:

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

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Hasniati, lahir di Masamba pada tanggal 22 April 2002, Penulis merupakan anak keempat dari tujuh bersaudara, dari pasangan seorang ayah Bernama H. Bahe dan ibu Hj. Nurdalia. Saat ini penulis bertempat tinggal di di Desa Ujung Mattajang, Kec. Mapedeceng, Kab. Luwu Utara.

Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2014 di SDN 136 Ujung Mattajang. Kemudian di tahun yang sama menempuh aktif pendidikan di SMP Negeri 4 Mappedeceng hingga tahun 2017. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di SMA Negeri 9 Luwu Utara. Setelah lulus pada tahun 2020, penulis melanjutkan Pendidikan di salah satu perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, dan memilih Program Studi Ekonomi Syariah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.