

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, *RELIGIUSITAS* DAN BAHAN MAKANAN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN HALAL**

(Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Strata S1 dalam

Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

INAROTUL ULYA

NIM. 1705026089

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

S1 EKONOMI ISLAM

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdari Inarotul Ulya

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Inarotul Ulya

NIM : 1705026089

Judul Skripsi : ”PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, *RELIGIUSITAS* DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN HALAL”(Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, Desember 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



Rahman El Junusi, SE, MM.
NIP.19691118 200003 1 001



Cita Sari Dja'akum, SHL, MEI.
NIP. 19820422 201503 2 004

HALAMAN PEGESAHAN

Nama : Inarotul Ulya
NIM :1705026089
Judul : Pengaruh Sertifikasi halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo)

Telah dimunaqasyahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta dinyatakan telah lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 23 Desember 2021 dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir untuk memperoleh gelar sarjana (Strata satu/S1) pada Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 06 Januari 2022
Mengetahui,

Ketua Sidang



H. Johan Arifin, S.Ag., M.M.

NIP. 19710908 200212 1

Penguji Utama I



Sokhikhatul Mawadah, M.E.I

NIP. 19850327 201801 2 001

Pembimbing I



Rahman El Junusi, S.E., MM

NIP.19691118 200003 1 001

Sekretaris Sidang



Cita Sary Dja'kum., SHI., MEI.

NIP. 19820422 201503 2 004

Penguji Utama II



Dwi Swasana Ramadhan, M. SEI

NIP. 199403032019031014

Pembimbing



Cita Sary Dja'kum., SHI., MEI.

NIP. 19820422 201503 2 00



MOTTO

هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَانِ إِلَّا الْإِحْسَانُ

Artinya: “Tidak ada balasan kebaikan kecuali kebaikan (pula).” (QS Ar-Rahman : 60)

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran serta tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang penuh ditulis oleh pihak lain atau telah diterbitkan. Demikian pula skripsi ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 15 Desember 2021

Deklarator

Inarotul Ulya

NIM.1705026089

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, rasa syukur saya ucapkan kepada Allah SWT karena atas izin dan ridho-Nya yang telah memudahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini, penulisan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Munaji Dan Ibu Nur Hayati yang Selalu memberikan dukungan baik tenaga, pikiran, semangat , kasih sayang, finansialserta do'a.
2. Saya sendiri

TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

اَي = ay

اَو = aw

D. Syaddah(-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ).

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al...* misalnya الصناعات = *al-shina'aah*. *Al* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya الطبيرة المعيشة = *al-maa'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dewasa ini membuat dunia industri semakin beragam, salah satunya makanan yang kini makin bervariasi jenisnya di pasar. Sejalan dengan naiknya angka populasi penduduk muslim di negara Indonesia, studi dalam konteks pengakuan terhadap makanan halal masih memerlukan pemeriksaan yang lebih lanjut lagi. untuk mendalami mengenai berbagai faktor yang harusnya dipertimbangkan dalam pengaruh niat pembelian konsumen muslim secara lebih mendalam hingga hasilnya telah menguatkan posisi Indonesia dalam pasar produk halal. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dengan model pengumpulan datanya menyebar kuisioner online menggunakan *Google form*. Dengan menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang sebagai sampel penelitian. Sumber data yang digunakan merupakan sumber data primer dan sekunder Serta menggunakan SPSS versi 1.6 untuk analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya Sertifikasi Halal memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil signifikan Sertifikasi Halal (X_1) $0,006 < 0,05$; dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,818 > 1,984$) dan nilai koefisien regresi bergandanya sejumlah $0,211$. (2) *Religiusitas* memberikan pengaruh positif juga signifikan terhadap Minat Beli, hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil signifikan *Religiusitas* (X_2) $0,000 < 0,05$; dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,643 > 1,984$) dan nilai koefisien regresi bergandanya sejumlah $0,357$. (3) Bahan Makanan pengaruhnya positif dan signifikan terhadap Minat Beli hal tersebut dibuktikan berdasar hasil signifikan Bahan Makanan (X_3) $0,017 < 0,05$; dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,437 > 1,984$) dan nilai koefisien regresi berganda sebesar $0,160$. (4) Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan secara simultan pengaruhnya secara positif juga signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($14,964 > 2,70$) dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ ".

Kata Kunci: Minat Beli, Sertifikasi Halal, *Religiusitas*, Bahan Makanan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil 'alamiin

Pertama, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas yang berupa skripsi dengan judul "Pengaruh Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Uin Walisongo Semarang)". Kedua, sholawat serta salam tidak lupa dihaturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang kita nanti-nantikan syafaatnya di hari kiamat. Amiin. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapat Gelar Akademik Sarjana Ekonomi Strata 1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan, bantuan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Bapak Rahman El Junusi, SE, MM. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Cita Sari Dja'akum, SHL., MEI. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat dan pengarahan kepada penulis hingga terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Drs. H. Hasyim Syarbani, MM. selaku Dosen Wali.
6. Kedua orang tua saya (Bapak Munaji. dan Ibu Nur Hayati) yang selalu memberikan dukungan baik tenaga, pikiran, finansial, kasih sayang, semangat, mendoakan dalam perjalanan menimba ilmu.
7. Untuk Genk Sosialita Indah, Latifah, Dela dan Prisma yang selalu kebersamaan dari awal kuliah sampai saat ini.
8. Teman-teman kelas EI-C 2017 yang sudah memberikan dukungan, semangat serta motivasi.

9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena sesungguhnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT, dan kesalahan datang dari diri kita. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Amiin.

Semarang, 15 Desember 2021

Inarotul Ulya

NIM. 1705026089

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
DEKLARASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTIDAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
1. Konsep Halal.....	9
2. <i>Religiusitas</i>	14
3. Bahan makanan.....	19
4. Minat Beli	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Berpikir.....	24
2.4 Hipotesis	27
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN.....	28

3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sumber Data.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
1. Populasi.....	29
2. Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
1. Uji Kualitas Data	34
2. Uji Asumsi Klasik.....	35
3. Pengujian Hipotesis.....	36
4. Analisis Regresi Berganda	37
BAB IV	39
HASIL PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2 Klasifikasi Responden.....	41
1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan Perkuliahan	41
2. Klasifikasi Responden Berdasarkann Angkatan Perkuliahan	42
3. Klasifikasi Respdn Berdasarkan Usia	43
4.3 Analisa Data.....	44
1. Uji Kualitas Data.....	44
2. Uji Asumsi Klasik.....	46
3. Uji Hipotesis	50
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.5 Pembahasan.....	55
BAB V	59
PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3 Saran- Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61

LAMPIRAN.....	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skala Pengukuran Likert	29
Tabel 2.1 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Jurusan Perkuliahan	40
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Angkatan Perkuliahan	40
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.4 Uji Validitas	42
Tabel 4.5 Uji Realibilitas	44
Tabel 4.6 Uji Normalitas	44
Tabel 4.7 Uji Multikolonieritas.....	46
Tabel 4.8 Uji Heteroskedasitas	48
Tabel 4.9 Uji Determinasi Koefisien R ²	48
Tabel 4.10 Uji F	49
Tabel 4.11 Uji T	50
Tabel 4.12 Uji Analisis Regresi Berganda.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Global Makanan Halal Industry Ranking	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	24
Gambar 4.1 Uji Normalitas	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang dengan penduduk muslim dalam jumlah banyak di dunia, dengan rincian angka 87.18% dari 237.641.326 penduduknya ialah beragama islam.¹ Dari data diatas tergambar jelas bahwanya Indonesia berpeluang besar guna berkembangnya perindustrian produk yang halal, termasuk pada sektor industri jenis makanan halal. Pernyataan ini dibuktikan berdasarkan angka konsumsi masyarakat Indonesia terhadap makanan halal ialah yng tertinggi didunia, berdasarkan laporan *State of The Global Islamic Economy* tahun 2015 Indonesia berada diurutan pertama didunia sebagai konsumen produk halal diantara negara dengan mayoritas penduduk bargama islam lain meliputi Bangladesh, Mesir, Pakistan juga Turki dengn menggelontorkan kurang lebih ,170 miliar dollar AS untuk produk makanan halal, atau setara dengan Rp 2.465 triliun (kurs Rp 14.500) sepanjang tahun 2017. Disisi lainnya, meski Indonesia merupakan negara yang tingkat konsumsi makanan halalnya tinggi, Akan tetapi industri makanan halal di Indonesia berkembangnya masih terbilang jauh dari kata maju, berdasarkan laporan yang didapatkan dari Global Islamic Economic Report (GEIR) menampilkan pada tahun 2017 Indonesia masih belum bisa ada di peringkat 10 besar untuk sektor industri makanan halal berdasar penilaian oleh GIER indikator, juga ada dibawah negara asia tenggara lain seperti Singapura juga Malaysia.

Gambar 1.1 Diagram Global Makanan Halal Industry Ranking

¹<https://www.kompasiana.com/>diakses pada tanggal 15 November 2020 pukul 11.05

The top ten countries in the Halal Food Indicator



Berdasarkan dari data tersebut, bisa diambil kesimpulan bahwasanya negara Indonesia masih belm mampu melakukan pengembangan industri makanan halal dengan baik, meski ada banyak peluangnya, negara Indonesia terlihat betah menjadi sasaran pemasaran makanan halal.

Lifestlye halal pada dewasa ini tidak hanya sebatas menjadi sebuah kebiasaan juga konsumsi orang islam saja akan tetapi juga sudah dimulai dijadikan tren yang agapannya sehat juga baik untuk kesehatan masyarakat dunia utamanya ialah negara dengn jumlah masyarakat muslim minoritas ataupun relatif lebih kecil.² Makanan adalah kebutuhan pokok ataupun utama untuk makhluk hidup dalam melangsungkan hidup. Dalam ajaran Islam, insan manusia yang beragama islam haruslah memakan juga meminum yang tudak mengandung unsur haram,suci juga toyib (baik).³Menurut pandangan ilmu dibidang kesehatan, produk halal tidak cuma bisa diambil manfaatnya oleh umat muslim tapi oleh seluruh insan dibumi.

Dengan makin canggihnya teknologi juga industri maka makin beragam juga varian makanan yang diperjualbelikan dipasar dimulai dari makanan olahan, makanan

²Danang Waskito, *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap MinatBeli Produk Makanan Halal* (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta),skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2015,h.5

³Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia, Jakarta: Departemen Agama, 2003, h.1-2.

dalam kemasan, juga berbau varian makanan ringan sekarang ini menjadi favorit berbagai kalangan. Begitupun dengan Pasar bebas juga globalisasi tentu akan memberi dampak yang positif juga negatif dalam perkembangannya dipasar makanan negara Indonesia. Seperti beberapa kasusnya tentang tingkat halal produk makanan yang pernah terjadi di Indonesia yang cukup meresahkan masyarakat Islam, diantaranya yaitu sekitar tahun 2017 kasus ditariknya beberapa jenis mie instan terkenal yang berasal dari Korea seperti samyang *U-dong* dan rasa *Kimchi*, mie instan *Shim Ramyun Black*, dan juga mie instan *yeul ramen* dari *Ottogi* oleh BPOM RI dengan diterbitkannya surat edaran ditariknya produk dikarenakan didalamnya terdapat kandungan babi.⁴ BPOM ialah sebuah lembaga di negara Indonesia yang bertugas dalam pengawasan peredaran obat-obatan juga makanan di Indonesia.⁵

Sejalan dengan naiknya angka populasi penduduk muslim di negara Indonesia, studi dalam konteks pengakuan terhadap makanan halal masih memerlukan pemeriksaan yang lebih lanjut lagi. Pada produk halal harusnya diakui sebagai simbol kebersihan, keamanan, serta kualitas tinggi bagi konsumen Muslim.⁶ Oleh itu sekarang waktunya untuk mendalami mengenai berbagai faktor yang harusnya dipertimbangkan dalam pengaruh niat pembelian konsumen muslim secara lebih mendalam hingga hasilnya telah menguatkan posisi Indonesia dalam pasar produk halal.

Sertifikasi halal salah satu hal juga strategi penting dalam meningkatkan minat konsumsi pembeli pada produk makanan halal. Berdasarkan Aziz dan Vui (2013) sertifikasi halal adalah suatu penjaminan keamanan bagi umat muslim untuk bisa memakan sebuah produk.⁷ Sertifikasi halal tersebut buktinya ialah mencantumkan logo halal pada kemasan produk. Secara umum, pendekatan halal didalam prosesi *marketing* sebuah produk juga bisa menetralkan image negatif yang diasosiasikan konsumen muslim. Disaat ini industri di Indonesia masihlah memberikan perhatian kecil terhadap

⁴<https://news.detik.com/berita/d-3534347/bpom-minta-samyang-u-dong-dan-kimchi-ditarik-karena-mengandung-babi> diakses pada tanggal 20 Desember 2020 pukul 10.15

⁵<https://www.pom.go.id/new/view/direct/solid> diakses pada tanggal 20 Desember 2020 pukul 10.25

⁶Waskito, *Pengaruh...*, h.3

⁷Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. *The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding*, 2012. h.1819-1830

urgensi sertifikasi halal. alasan inilah yang membelakangi mengapa industri makanan halal di Indonesia masih belum bisa dikatakan berkembang. Selanjutnya, perusahaan yang memproduksi produk tersebut memiliki kontrol yang lemah untuk memastikan bahwa produk tersebut telah memiliki sertifikasi halal. Dari data sertifikasi halal dalam 6 tahun terakhir, LPPOM MUI telah memberi sertifikasi untuk produk hanya kepada 40.000 dari 1.217.328 produk, hal ini mengindikasikan bahwa terdapat banyak produk yang ditawarkan di Indonesia akan tetapi masih belum memiliki sertifikasi halal, dan tentu hal ini yang membuat produk tersebut tidak dapat bersaing dalam dunia bisnis.⁸ Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji kembali apakah sertifikasi halal mempengaruhi minat beli konsumen muslim.

Religiusitas merupakan hubungan yang mengikat antara manusia dengan Tuhan yang disembah menurut agamanya, yang dapat membuat manusia mempunyai ketergantungan yang mutlak atas semua kebutuhan hidupnya, baik berupa kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani, yang mana hal tersebut diimplementasikan dengan mengarahkan hati, pikiran dan perasaan untuk senantiasa menjalankan ajaran agama. Pada penelitian Dwi Septiyani (2019) terkait minat membeli produk halal menunjukkan bahwa *Religiusitas* berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat membeli konsumen muslim. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Diah Retno dkk (2019) terkait dengan minat membeli konsumen muslim pada produk halal menunjukkan hasil yang berbeda.⁹ Penelitian tersebut membuktikan bahwa *Religiusitas* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat membeli konsumen. Dari penelitian di atas menunjukkan hasil yang tidak konsisten sehingga menimbulkan *research gap*.

Bahan makanan (*food ingredients*) adalah bahan-bahan yang digunakan dalam membuat suatu produk makanan. Bahan makanan menjadi salah satu faktor penentu dalam memprediksi bagaimana minat beli konsumen terhadap suatu produk makanan. Dalam penelitian Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid (2014) terkait dengan minat membeli produk halal menunjukkan bahwa komposisi bahan-bahan yang terdapat pada produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat membeli konsumen muslim.

⁸<https://www.halalmui.org/mui14/main/page/data-statistik-produk-halal-lppom-mui> diakses pada tanggal 14 januari 2021 pukul 10.10

⁹Waskito, *Pengaruh...*, h.4

Disisi lain, dalam penelitian yang dilakukan oleh Hussin, Hashim, Yusof, dan Alias (2013) terkait dengan minat membeli konsumen muslim pada produk halal menunjukkan hal yang berbeda. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam bahan-bahan atau komposisi yang terdapat pada produk berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat membeli konsumen. Dari hasil Penelitian di atas menunjukkan hasil yang tidak konsisten sehingga menimbulkan *research gap*.¹⁰

Menurut Quantaniah dkk (2013) gen Y atau milenial yang lahir tahun 1981-2000 (saat ini ada dalam tingkat universitas) merupakan pangsa pasar yang penting dalam jasa makanan. Hal itu dikarenakan karena lebih banyak gen millenial yang memilih menghabiskan separuh uangnya untuk makanan ringan maupun berat.¹¹ Sedangkan menurut Solikhah (2018) jangkauan umur 15-25 adalah periode transisi ke arah dewasa yang ditandai dengan adanya eksperimen dan eksplorasi dalam berbagai hal mulai dari karir apa yang ingin diambil, mau menjadi seorang seperti apa serta bagaimana, serta gaya hidup seperti apa yang dikehendaki. Umur-umur tersebut jika di lihat di Indonesia sering di jumpai pada tingkat universitas maupun yang statusnya sebagai mahasiswa.¹² Keinginan membeli mahasiswa kebanyakan atas dasar kemauan dalam mencoba makanan baru dibandingkan mencermati kehalalal produk itu . Hal tersebut di perkuat dari pernyataan Direktorat Halal Corner, Aisha Maharani bila tindakan masyarakat Indonesia untuk mengonsumsi, menentukan, dan membeli produk halal sangat rendah.¹³

Untuk memfokuskan penelitian ini sehingga yaitu akan menggunakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo sebagai objek penelitian dikarenakan Mahasiswanya beragama islam dan dapat menjadi perwakilan dari komunitas Muslim yang menjadi konsumen produk makanan halal. Mahasiswa sendiri merupakan responden yang sesuai dengan objek penelitian, dimana mahasiswa adalah

¹⁰Waskito, *Pengaruh...*, h.5

¹¹Unung triana, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). Jurnal ilmiah, 2021 h.3

¹²*Ibid*

¹³<https://republika.co.id/> diakses pada tanggal 15 januari 2021 pukul 09.30

konsumen muslim yang seharusnya menerapkan syariat islam dan dapat menjadi contoh dalam konsumsi produk makanan halal saat ini juga sebagai cerminan dari muslim di Indonesia.

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengkaji ulang tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli produk makanan halal dengan objek penelitian pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dengan judul penelitian **“Pengaruh Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan halal“(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Sertifikasi Halal berpengaruh terhadap Minat Beli Produk makanan halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.?
2. Apakah *Religiuitas* berpengaruh terhadap Minat Beli Produk makanan halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.?
3. Apakah Bahan makanan berpengaruh terhadap Minat Beli Produk makanan halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.?
4. Apakah Sertifikasi Halal , *Religiusitas* Dan Bahan Makanan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah apakah Sertifikasi Halal Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk makanan halal pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.

2. Untuk mengetahui apakah *Religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Makanan halal pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.
3. Untuk mengetahui apakah Bahan Makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Makanan halal pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.
4. Untuk mengetahui apakah Sertifikasi Halal ,*Religiusitas* Dan Bahan Makanan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal pada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak antara lain:

Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademis

Diharapkan dengan adanya hasil dari penelitian ini dapat memberi tambahan wawasan, informasi serta referensi bacaan pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Dan diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan kepustakaan serta kajian untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai faktor yang paling mempengaruhi Minat Beli produk makanan halal oleh konsumen Indonesia.

b. Bagi peneliti lebih lanjut

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan bahan referensi untuk penelitian- penelitian selanjutnya yang sama serta dapat memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

Manfaat Praktisi

a. Bagi Penulis

Dari Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media bagi penulis untuk menambah pengalaman di bidang penelitian serta dapat menambah pemahaman mengenai tema yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan penulis untuk memperdalam pengalaman di bidang pemasaran serta

implementasi atas teori yang telah didapatkan serta dipelajari selama dalam masaperkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu pertimbangan dan dasar yang objektif pada pengambilan keputusan dalam membuat atau mengembangkan strategi pemasaran produk makanan halal dan pengaruhnya pada Minat Beli suatu produk.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab, sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, Bab ini terdiri dari Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, Bab ini terdiri dari kerangka teori yang berisi tentang penjelasan teori-teori yang menjadi dasar dari perumusan hipotesis, selain itu juga menjelaskan mengenai penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan serta perbandingan dengan penelitian ini.

BAB III Metode Penelitian, Bab ini berisikan mengenai jenis dan sumber Data, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional, Teknik Analisis Data.

BAB IV Analisis Data, Bab ini Berisikan Gambaran Umum Obyek Penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V Penutup, Bab selanjutnya ini terdiri dari kesimpulan berisikan tentang kesimpulan, saran-saran yang akan diberikan guna untuk kebutuhan penelitian selanjutnya dan kata penutup.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

1. Konsep Halal

Islam mengajarkan umatnya dalam aktivitas konsumsinya yaitu produk halal. Berdasar kepada syariat Islam terdapat 3 category produk untuk muslim yaitu terdiri dari halal, haram, dan *mushbooh*.¹⁴ Halal artinya diizinkan, dapat dipakai, juga sah menurut hukum. Kebalikannya halal yaitu haram artinya tidak diberi izin, tidak dapat dipakai, juga tidak sah menurut hukum, sedangkan *mushbooh* (*syuubha*, *shubhah*, dan *mashbuh*) artinya hitam putih, masih dipertanyakan, juga diragukan oleh itu sebaiknya dihindari.

Dengan sah atau tidaknya sah suatu produk untuk dikonsumsi masyarakat islam sudah begitu jelas batas-batasnya. Dalam surat Al-Baqarah ayat 168

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

Artinya : “Wahai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, & janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu (2:168)” (QS. Al- Baqarah : 168).

Berdasarkan Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor 518 Tahun 2001 pada Tanggal 30 November 2001 pasal 1 menjelaskan bahwasanya makanan halal adalah makanan yang tidak terdapat kandungan unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat muslim juga pengolahannya tidak bertentangan dengan syari’at Islam.¹⁵ Pemeriksaan pangan halal adalah pemeriksaan tentang keadaan tambahan dan bahan-bahan penolong serta proses produksi, personalia serta peralatan produksi, sistem manajemen halal,

¹⁴Waskito, *Pengaruh...*, h.10

¹⁵*Ibid.*

dan hal lain sebagainya yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan produksi pangan halal.

Menurut Departemen Agama Malaysia (Jakim), konsep halal didefinisikan sebagai sesuatu yang diperbolehkan oleh hukum syari'at.¹⁶ Makanan halal pengertiannya dibolehkan ataupun sah menurut syariah Islam dimana harusnya terpenuhi beberapa syarat yang terdiri dari:

- 1) Tidak mengandung bahan-bahan yang kandungan hewan yang tidak diperbolehkan dalam hukum Islam yang disembelih tidak melalui aturan syari'at.
- 2) Tidak terdapat kandungan bahan-bahan yang najis menurut hukum syari'at.
- 3) Aman dimakan juga tidak bahaya. Tidak diproduksi memakai peralatan yang terkena najis menurut hukum syariah.
- 4) Makanan juga bahan yang terkandung didalamnya tidak terdapat kandungan dari makhluk hidup yang tidak diizinkan menurut hukum syariah.
- 5) Disaat disiapkan prosesnya, dikemasnya, serta disimpangnya, makanan secara fisik dipisahkan dari makanan lain contohnya dipaparkan sebelumnya, ataupun yang dalam hukum syariah diartikan sebagai najis.

2. Sertifikasi Halal (*Halal certification*)

a. Pengertian Sertifikasi Halal

Islam mengajarkan umat muslim untuk mengonsumsi produk yang halal. Secara umum, Halal sendiri berarti situasi atau perilaku yang diperbolehkan, dibolehkan, diizinkan, atau legal secara syari'at Islam.¹⁷ Produk halal ialah produk pangan, obat, kosmetik, produk kimia, produk biologi, produk rekayasa genetika, dan produk lainnya yang didalamnya tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi maupun dipakai oleh umat muslim baik bahan baku, bahan-bahan tambahan, serta bahan penolong lainnya yang termasuk dalam bahan

¹⁶Waskito, *Pengaruh...*, h. 11

¹⁷Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi Dan Implementasi Di Indonesia*, Yogyakarta : ASWAJA PRESS SINDO, 2014, h. 138

produksi yang diolah melalui berbagai proses rekayasa genetika yang pengolahannya tidak bertentangan dengan syari'at Islam.¹⁸

Sertifikasi halal merupakan jaminan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh badan penyelenggara jaminan produk halal berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh majelis ulama.¹⁹ Produk makanan dengan sertifikat halal mengacu pada produk yang memenuhi standar keamanan dan kebersihan selama proses pengolahannya.²⁰

Sertifikasi produk halal sendiri didefinisikan sebagai mengajukan peizinan juga memeriksa produk panganya pada instansi dengan kewenangan dalam memberikan Sertifikat produk halal, sedangkan labelisasi halal merupakan proses mengajukan peizinan pada instansi dengan kewenangan dalam memberikan putusan pemberian izin kepada pemilik usaha untuk melabelisasi halal di kemasan produk panganya.²¹

Instansi di Indonesia yang memberikan Sertifikasi Halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga pemeriksa. Berdasarkan Keputusan Menteri Agama (KMA) Republik Indonesia Nomor 518 tahun 2001 tanggal 30 November 2001 pasal 1 yang didalamnya menerangkan bahwa : *"Sertifikasi produk halal merupakan fatwa tertulis yang menyatakan tentang kehalalan suatu produk pangan yang dikeluarkan oleh Lembaga Pemeriksa"*.²² Berdasarkan keputusan menteri tersebut Menteri Agama memberikan wewenang pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga dengan kewenangan dalam melakukan pemeriksaan, pemrosesan, serta penetapan Sertifikasi Halal suatu produk yang diperdagangkan di Indonesia dan bisa mengeluarkan sertifikat halal pada pemilik usaha yang melakukan pengajuan untuk pengujian kehalalan kepada MUI. Demikian Pemegang otoritas penerbitan

¹⁸Ibid .h.146

¹⁹Pasal 1 angka 2, 10, 11, Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

²⁰Lada, S., Tanakinjal, H. G., & Amin, H. (2009). *Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action*. International Journal Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 2(1), h.66-76.

²¹Fuad, I.Z (2010). *"Kesadaran Hukum Pengusaha Kecil Di Bidang Pangan Dalam Kemasan Di Kota Semarang Terhadap Regulasi Sertifikasi Produk Halal"*. Tesis diterbitkan. <http://eprints.undip.ac.id>.

²²Listyoningrum, A., & Albari, A. (2012). *Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam Vol.2, No. 1, h.42

sertifikasi produk halal adalah MUI yang dalam teknisnya ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM).

Sebagai lembaga benuntukan MUI, LPPOM MUI tidaklah berjalan sendirian. Keduanya memiliki hubungan yang dalam hal mengeluarkan putusan. Sertifikat Halal adalah langkah yang berhasil jalan hingga sampe sekarang ini. Didalamnya dituliskan fatwa MUI yang mengatidakan mengenai kehalalan sebuah product sesuai dengan syareat Islam juga menjadi persyaratan mencantumkan label halal dalam tiap produk pangan, obat- obatan, dan kosmetika.²³

Sertifikasi halal hanya berlakunya 2 tahun juga bisa diperbarui lagi untuk jangka waktu yang sama.Namun terdapat pengecualian terhadap beberapa produk.Untuk daging yang dieksspor untuk surat keterangan halal akan diberikn setiap pelngiriman.Majelis Ulama Indonesia akan mengirimkn surat pemberitahuan pada produsen 3 bulan sebelm mas berakhirnya sertifikasi dan 2bulan sebelum mas berakhirnya sertifikat halal,produsen harus mendapatkan kembali produknya..²⁴Setiap pebisnis yang tlah memiliki sertifikat halal untuk produknya mencantumkan keterangannya ataupun tulisan halal dan nomer sertifikat pada label tiap kemasan produk. Selama dalam masa berlaku sertifikat halal tersebut, perusahaannya haruslah bisa menjamin bahwasanya keseluruhan benuntut perubahan baik dari segi penggunaan bahan, pemasokan, maupon teknologi prosesnya cuma bisa dilaksanakan dengan sepengetahuan LPPOM MUI yang menerbitkan sertifikat halal. Jaminan tersebut dituangkan didalam sebuah sistim yang kemudian disebutnya sebagai Sistem Jaminan Halal (SJH). SJH dibikin oleh perusahaan berdasar buku panduan yang telah dikeluarkan oleh LPPOM MUI.Berikut beberapa syarat mendapatkan sertifikasi halal:²⁵

1. Bahan , yang dipergunakan yaitu tidak boleh berasal dari bahan yang haram atau najis dalam hal pemnbuatan produk yang disertifikasi. Perusahaan tersebut harus

²³Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa*, (Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama RI, 2003),h.151- 160.

²⁴Listyoningrum dan Albari ,*Analisis...*,h.42

²⁵<http://www.halalmui.org/mui14/main/page/persyaratan-sertifikasi-halal-mui>di akses tanggal 20 Desember 2020 pukul 10.30 WIB

memiliki dokumen pendukung mengenai semua bahan yang dipergunakan, kecuali pada bahan tidak kritis atau bahan yang dibeli secara retail.

2. Produk, pada profil produk tidak boleh mempunyai kecenderungan bau/rasa yang mengarah pada produk haram atau berdasarkan fatwa MUI. Pada merk atau brandd produk yang hendak didaftarkan untuk mendapatkan sertifikasi tidak boleh menggunakan nama-nama yang mengarah pada sesuatu yang diharamkan yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Selain itu Produk pangan eceran dengan menggunakan merek sama yang beredar di Indonesia harusnya didaftarkan seluruhnya terlebih dahulu untuk sertifikasi, tidak boleh jika hanya didaftarkan sebahagian saja.

1. Fasilitas Produksi Industri pengolahan:

- a. Fasilitas produksi harus menjamin tidak adanya terkontaminasi silang dengan bahan atau produk yang haram atau najis;
- b. Fasilitas produksi bisa dipergunakan dengan bergantian guna menghasilkan produk yang disertifikasi juga produk yang tidak disertifikasi selama tidak mengandung bahan yang berasal dari babi atau turunannya, Tetapi harus ada prosedur yang menjamin tidak terjadi kontaminasi silang.

2. Prosedur Tertulis Aktivitas Yang Kritis

Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis yang mengenai hal pelaksanaan aktivitas kritis rantai produksi yang dapat mempengaruhi status kehalalan produk. Dari aktivitas kritis tersebut dapat berupa seleksi bahan baku yang dipergunakan, pemeriksaan bahan yang telah datang, cara pembelian bahan, formulasi produk, pembersihan atau pencucian fasilitas produksi dan peralatan pembantu lain, cara produksi, penyimpanan serta penanganan bahan dan produk, transportasi, pajangan (display), aturan pengunjung, penentuan menu, penyediaan, disesuaikan dengan proses bisnis perusahaan (industri pengolahan, RPH, restoran /catering/dapur). Prosedur tertulis aktivitas kritis dapat dibuat terintegrasi dengan prosedur sistem yang lain.

b. Indikator Sertifikasi Halal

Indikator dalam sertifikasi halal yang telah disebutkan oleh Lucky (2019) sebagai berikut :²⁶

1. Mencari tahu simbol kualitas jaminan/ logo halal
2. Memilih juga mengkonsumsi produk yang telah jelas berlogo halal
3. Memilih produk yang telah bersertifikat halal

c. Landasan Hukum Sertifikasi Halal

1. Al-Baqarah ayat 168

Dalam Al-Baqarah ayat 168 menyatakan bahwa prinsip dari sertifikasi halal sendiri ialah halal (diperbolehkan) kemudian thoyiban (bermanfa'at). Hal tersebut memberikan pemaparan untuk umat muslim didunia bahwasanya sesuatu yang dimasukkan ke dalam tubuh haruslah sah menurut hukum islam dan bermanfa'at bagi dirinya sendiri.

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

Artinya : *“Wahai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, & janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan , sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu (2:168)” (QS. Al- Baqarah : 168).*²⁷

2. AL-Maidah ayat 88

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

Artinya : *“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rizekikan kepadamu, dan bertidakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”.*²⁸

2. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

²⁶Lucky Dini Mardiani, *Pengaruh Identitas Muslim, Sertifikat Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen KFC di Suraakarta)*, skripsi, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2019, h.17

²⁷<https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-168> diakses pada tanggal 22 Desember 2020 pukul 13.00

²⁸<https://tafsirq.com/5-al-maidah/ayat-88> diakses pada tanggal 22 Desember 2020 pukul 13.05

Menurut Gazalba *Religiusitas* berasal dari kata religi dalam bahasa Latin “*religio*” yang akar katanya adalah *religare* yang memiliki arti mengikat. Yang artinya ikatan manusia pada suatu hal hingga kata religius lebih bersifat personalistik, maknanya langsung mengenai juga menunjukkan pribadi manusia dan lebih menunjukkan eksistensi manusia. Oleh karena itu, mengandung arti makna bahwa religi atau agama pada umumnya mempunyai aturan-aturan serta kewajiban yang harus dipatuhi serta dilaksanakan oleh pemeluknya. Dari kesemuanya itu berfungsi untuk mengikat individu atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam sekitarnya. Menurut Michel Maoyer bahwanya agama atau religi adalah seperangkat peraturan juga keyakinan yang pasti guna membimbing manusia pada tindakannya kepada tuhan, sesamanya, serta dirinya.²⁹

Dari kata agama atau *religi* kemudian munculah kata *religiusitas* (*religious sity*) Mangun wijaya mendefinisikan bahwa *religiussitas* tidak terlepas dari pembicaraan mengenai agama, karena meskipun memiliki arti yang berbeda, yakni *religiusitas* menunjuk kepada bidang religi yang telah dihayati oleh individu didalam hatinya, kemudian agama menunjukkan kepada sisi formal yang kaitannya dengan aturan-aturan serta kewajibannya, meskipun demikian keduanya aspek itu saling mendukung.³⁰ *Religiusitas* diidentifikasi dengan keberagamaan. *Religiusitas* sendiri diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuannya, seberapa kuat keyakinannya, seberapa pelaksanaan ibadahnya, serta seberapa dalam penghayatannya atas agama yang dianut oleh seseorang.³¹ Bagi seorang muslim, *religiusitas* bisa diketahui dari seberapa jauh pengetahuannya, keyakinannya, pelaksanaannya, juga penghayatannya atas agama islam.

Menurut Delener (1994) memberikan pengertian bahwasanya *religiusitas* adalah salah satu aspek budaya yang penting memberikan pengaruh atas perilaku konsumsi. Telah diyakini bahwasanya agama memiliki peranan pokok seperti dalam mengkonsumsi makanan untuk Muslim di negara Islam atau negara non-Muslim. Oleh

²⁹Nashori Fuad, *Agenda Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustidaka pelajar, 2002,; pada Thesis S2, Erike Anggraini, “*Hubungan Religiusitas Terhadap Etos Kerja dan Produktifitas Karyawan*”, h.70

³⁰Thahir Andi, *Hubungan Religiusitas dan Suasana Rumah Dengan Kecerdasan Emosional Pada Remaja Akhir*, Tesis S2, Yogyakarta: Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2004, h.9

³¹Fuad, *Agenda...*, h.71

karena itu religiusitas seseorang akan dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli dan mengkonsumsi produk makanan halal.

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, dapat diambil simpulan bahwasanya *religiusitas* merupakan relasi yang memberikan ikatan diantara manusia dengan Tuhannya yang disembahnya berdasar agama, yang dapat menjadikan manusia mempunyai raga bergantung yang mutlak atas keseluruhan kebutuhan hidup, baik berupa kebutuhan jasmaniah maupun kebutuhan rohaniah, yang mana hal tersebut diimplementasikan dengan mengarah pada hatinya, pikirannya juga perasaannya guna senantiasa menjalani ajaran agamanya.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas

Menurut Thouless (2009: 119) , terdapat beberapa faktor yang memberikan pengaruh padareligiusitas, sebagai berikut:³²

1) Pengaruh pendidikan dan berbagai faktor sosial yang menyangkut keseluruhan pengaruhnya dibidang sosial dalam perkembangan sikap keagamaannya, termasuk didikan oleh orang tua, tradisi atau adat sosial untuk beradaptasi dengan berbagai argumentasi serta sikap yang disepakati oleh lingkungannya.

2) Faktor Pengalaman

Kaitannya mengenai bermacam pengalaman yang telah dirasakan oleh individu dalam proses pembentukan sikap keagamaan utamanya pengalamannya tentang keindahan, keselarasan, dan kebaikan, konflik moral (faktor moral, pengalaman emosional keagamaan (faktor efektif).

3) Faktor Kehidupan

Faktor-faktor yang keseluruhan atau sebagiannya muncul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi, khususnya kebutuhan terhadap rasa aman, cinta kasih, dan harga diri.

4) Faktor intelektual

Berbagai hal yang berkaitan dengan proses pemikiran verbal khususnya dalam pembentukan kepercayaan keagamaan.

³²Sayyidatul Maghfiroh. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswa Darul Shalihah*. (Yogyakarta: Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018) h.24-25

Berdasarkan pemaparan sebelumnya bisa diambil simpulan bahwasanya tiap individu memiliki perbedaan tingkatan *religiusitasnya* juga dipengaruhi oleh dua jenis faktor dalam garis besar ialah internal juga eksternal. Faktor internal yang bisa memberikan pengaruh religiusitas seperti adanya pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang mendesak untuk segera dipenuhi misalnya kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan lain sebagainya. Sedangkan pengaruh faktor eksternal contohnya pendidikan formal, pendidikan agama dalam lingkup keluarga, tradisi-tradisi sosial yang landasannya adalah nilai keagamaan, serta tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu.

c. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark dalam Ancok dan Suroso (2008 : 77-78) menerangkan tentang lima macam dimensi Religiusitas, yaitu:³³

1. Dimensi keyakinan (*belief*)

Dimensi keyakinan ialah sebuah tingkat sejauhmana seseorang menerima dan mengakui hal-hal yang dogmatik dalam agama. Dimensi kepercayaan dalam agama islam seperti, kepercayaan bahwa ada sifat-sifat Tuhan, ada malaikat, ada surga, ada para Nabi.

2. Dimensi peribadatan (*ritual*)

Dimensi peribadatan ini merupakan sebuah tingkat sejauhmana seorang umat menunaikan kewajiban ritual agama. Wujud dari dimensi peribadatan ini ialah perilaku masyarakat, pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritual-ritual yang berkaitan dengan agama yang dianutnya. Dimensi peribadatan dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah. Misalnya menunaikan shalat, zakat, puasa, haji lain sebagainya.

3. Dimensi penghayatan (*experience*)

Dimensi penghayatan ialah sebuah rasa keagamaan, persepsi-persepsi, serta sensasi-sensasi yang pernah dialami serta pernah dirasakan seseorang dalam menjalankan agama yang dianut. Dalam keberislaman, misalnya seperti merasa

³³Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori Suroso, Cetidakan VIII, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: PustidakaPelajar, 2011) h.77-78 .

dekat dengan Tuhan, tentram saat berdoa, tersentuh saat mendengar ayat kitab, merasa tidakut dalam berbuat dosa, merasa senang doanya dikabulkan dan sebagainya. Pengalaman spiritual ini akan menguatkan diri seseorang ketika sedang terbentur pada masalah kehidupan.

4. Dimensi pengetahuan agama (*knowledge*)

Dimensi ini merupakan seberapa jauh seorang hamba tahu serta paham tentang suatu ajaran agamanya khususnya yang terdapat pada kitab suci, hadis, ilmu mengenai fiqh dll. Dimensi ini dalam agama Islam meliputi ,pengetahuan tentang isi dalam kitab suci Al-Quran, pokok ajaran yang harusnya diyakini juga diterapkan, serta hukum Islam dan pemahamannya mengenai kaidah keilmuan ekonomi Islam atau perbankan syariah.

5. Dimensi pengalaman (*experience*)

Dimensi pengalaman adalah dimensi yang mengukur sejauh mana implikasi ajaran agama mempengaruhi perilaku seorang umat didalam kehidupan sosial. Dimensi pengalaman dalam agama islam Misalnya, seperti bersedekah, menegakkan kebenaran dan keadilan ,menjenguk orang yang sedang sakit, mempererat silaturahmi dan lain sebagainya.

Ancok dan Suroso (2011) memberikan penjelasan bahwasanya dimensi kepercayaan (aqidah), peribadatan (syariat) dan pengalaman (akhlak) akan disertai dengan timbulnya dimensi pengalaman. Seorang hamba akan mengalami dan merasakan perasaan atau pengalaman-pengalaman religius setelah melaksanakan ke-3 dimensi diatas seperti perasaan dekat dengan Allah, perasaan nyaman juga bahagia dikarenakan menuhankan Allah, dll. Ancok dan Suroso menghuraikan bahwasanya dimensi pengetahuan atau ilmu berhubungan dengan dimensi kepercayaan (aqidah) juga peribadatan (akhlak).

Seorang hamba tidak mungkin bisa percaya bahwasanya suatu agama tertentu jika tidak mempunyai pengetahuan mengenai agama tersebut. Begitu juga dengan dimensi syariat, dimana seorang hamba harusnya memiliki pengetahuan tata cara peribadatan agama sebelum melakukan ritual ibadah.

d. Landasan Hukum *Religiusitas*

1. QS Al Bayyinah 5

Sebagaimana telah kita ketahui bahwa keberagaman dalam islam tidak hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah ritual saja, tetapi juga dalam aktifitas-aktifitas lainnya. Sebagai sistem yang menyeluruh, islam mendorong pemeluknya untuk bergama secara menyeluruh baik dalam berfikir, bersikap maupun bertindak, harus didasarkan pada prinsip penyerahan diri dan pengabdian secara total kepada Allah, kapanpun dan dimanapun serta dalam keadaan bagaimanapun. Sebagaimana hal ini dijelaskan dalam QS. Al-Bayyinah:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ هَٰلَا حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَٰلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ ۝
(البينة : ٥)

Artinya :*Padahal mereka hanya diperintah menyembah Allah dengan ikhlas menaati-Nya semata-mata karena (menjalankan) agama, dan juga agar melaksanakan salat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus (benar).* (QS. Al-Bayyinah: 5)³⁴

2. (QS. Al-Mu'minun 51)

Kepercayaan religius merupakan pegangan terbaik untuk menenuntukan makanan yang akan kita konsumsi dikarenakan beberapa agama yang memberlakukan beberapa batas pada makanan. Contohnya, ajaran agama Islam memberlakukan pelarangan supaya umatnya tidak memakan pangan yang tidak halal. Dalam rangka menambah kekuatan pemahaman ini umat islam akan melihat bahwasanya konsep tersebut terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Mu'minun ayat 51 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: *“Wahai sekalian UtusanKu. makanlah dari yang halal dan beramallah yang shalih. Sesungguhnya Aku sangat mengetahui apa jua pun yang kamu kerjakan (amalkan)”*.³⁵

3. Bahan makanan

a. Pengertian Bahan makanan

³⁴<https://www.bayan.id> diakses pada tanggal 2 Januari 2021 pukul 10.30

³⁵<https://tafsirq.com> diakses pada tanggal 2 Januari 2021 pukul 10.35

Bahan makanan merupakan bahan-bahan apa saja yang terkandung di dalam suatu produk makanan. Peran pengetahuan, informasi, dan Islam sangatlah penting bagi setiap umat muslim dalam memilih makanan yang akan mereka konsumsi.³⁶ Dalam persepektif Islam, bahan dari suatu produk dapat mencakup beberapa isu yang perlu dipertimbangkan. Isu disini termasuk dalam isu-isu keakraban konsumen pada bahan dan kualitas serta keamanan dari isi makanan. Hal inilah yang menyebabkan pengetahuan tentang bahan produk menjadi penting sebagai kriteria pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk.

Dalam pengertian yang dikemukakan oleh Wandel (2007) sebagian dari konsumen memiliki keseriusan dalam mengetahui apa yang dikonsumsi mereka juga informasi tersebut pada umumnya terdapat pada pelabelan produk makanan. Pada part pelabelan makanan tersebut secara umum terdapat komposisi atau bahan-bahan apa saja yang dipergunakan dalam pembuatan makanan. Hal tersebut juga yang mempengaruhi perilaku membeli seseorang terhadap suatu produk. Konsumen akan melihat label komposisi sebagai suatu ilmu untuk melakukan pembelian ataupun tidak pada suatu produk.

Menurut pemikiran Islam, makanan halal bukan cuma persoalan mengenai kandungan bagian hewan yang haram untuk dikonsumsi ataupun dipakai oleh setiap umat Islam. Akan tetapi, terdapat ciri tertentu yang harusnya dipandang seperti makanan halal juga meliputi aspek keselamatan dan kualitas yang amat erat dengan penanganannya, pengolahannya, peralatannya, alat bantu pengolahannya, pengemasannya, penyimpanannya, transportasinya, distribusinya serta ritelnya.³⁷

b. Indikator Bahan makanan

Indikator dalam Bahan makanan yang telah disebutkan oleh Danang (2015) Sebagai berikut:³⁸

1. Keakraban bahan produk mempengaruhi minat pembelian

³⁶Yunuz M., Rashid W., Ariffin M., & Rasyid M. (2014). Muslim's Purchase Intention Towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*. h. 145 – 154

³⁷Waskito, *Pengaruh...*, h.17

³⁸Waskito, *Pengaruh...*, h.32

2. informasi mengenai bahan-bahan yang amat penting
3. Terminologi kompleks yang digunakan dalam menjelaskan bahan produk sulit dipahami
4. Bahan yang tidak familiar menimbulkan kecurigaan dalam hal kehalalan
5. Bahan produk mencerminkan keamanan dan kualitas produk

4. Minat Beli

a. Pengertian Minat Beli

Minat beli (*Purchase Intention*) merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen dalam melakukan pembelian.³⁹ Diukur dengan pernyataan ingin membeli atau tidak membeli, akan membeli atau tidak akan membeli, dan akan melakukan membeli ulang atau tidak akan melakukan membeli ulang. Sedangkan menurut Kotler (2008), minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang telah dilihatnya, dari sanalah timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Niat adalah keadaan dimana seseorang bersedia melakukan perilaku dan dianggap sebagai perilaku langsung.⁴⁰ Menurut Ajzen (1991) Berdasarkan Theory Planned Behavior, TPB berkaitan dengan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Unsur-unsur ini digunakan dalam upaya untuk memahami niat orang untuk terlibat langsung atau tidak langsung dalam sejumlah kegiatan seperti kemauan untuk berpendapat dan kemauan memberikan sesuatu.⁴¹

Pengukuran langsung dari faktor penentu dapat diartikan sebagai yang sikap mengacu pada penilaian evaluatif tentang keuntungan dan kerugian dari melakukan suatu tindakan, sementara norma subjektif mengacu pada persepsi seseorang atas tekanan sosial untuk melakukan perilaku, dan persepsi kontrol perilaku yakni

³⁹*Ibid.*h.17

⁴⁰*Ibid.*...,h.

⁴¹Ahmad Izzuddin, Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*. Vol. 3 No. 2. 2018.h.106

menyangkut rasa percaya diri yang tinggi dari suatu individu untuk melakukan suatu tindakan.

Theory Planned Behaviour telah banyak dipergunakan dalam mengukur niat beli di kalangan konsumen. Dalam aplikasi yang lebih dalam dan penggunaan *Theory Planned Behaviour* atau TPB juga telah digunakan oleh berbagai peneliti mengukur niat orang untuk membeli, mengonsumsi dan menerima produk makanan halal. Berdasarkan *Teori Planned Behavior* yang digunakan sebagai landasan pengukuran minat beli konsumen, beberapa peneliti sepakat bahwa niat adalah ukuran untuk menunjukkan keyakinan individu untuk membeli produk makanan halal. Misalnya, seorang konsumen muslim memiliki niat untuk membeli produk makanan halal yang disajikan dalam poin penataan produk. Ukuran langsung ini memberikan pedoman untuk memprediksi perilaku sosial manusia. Selain itu, peneliti lain juga sepakat bahwa konseptualisasi TPB yang disajikan oleh Ajzen menyiratkan hubungan sebab akibat antara empat variabel tersebut, yaitu: kepercayaan, sikap, niat dan perilaku.⁴²

b. Indikator Minat beli

Indikator niat beli halal Menurut Garg dan Joshi (2018) , ada beberapa indikator yang mengidentifikasi minat beli halal, yaitu:⁴³

1. Membeli produk bersertifikat 'Halal' meskipun merk tersebut tidak terlalu populer
2. Merekomendasikan untuk membeli makanan halal
3. Tertarik membeli makanan halal
4. Membeli makanan halal sesuai kebutuhan

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangatlah penting untuk sebagai dasar pijakan dalam rangka untuk menyusun skripsi ini. Berikut beberapa Penelitian terdahulu variabel Sertifikasi Halal(X1), *Religiusitas* (X2) dan Bahan makanan(X3) terhadap Minat Beli, antara lain :

⁴²Waskito, Pengaruh..., h.18

⁴³Mahir Pradana , et al,” *Spanish Muslims’ halal food purchase intention” International Food and Agribusiness Management Review* Vol 23, edisi 2, 2020.h.195.

1. Penelitian pada tahun 2015 yang telah dilakukan oleh Danang Waskito yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap minat beli produk makanan halal”. Dalam hasil penelitiannya yaitu Variabel sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli.
Perbedaan pada penelitian ini ,Penelitian ini menambahkan Variabel Religiusitas terhadap minat beli konsumen.
2. Penelitian Pada tahun 2019 yang telah dilakukan oleh Lucky Dini Mardiani “Pengaruh Identitas Muslim, Sertifikat Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen KFC di Surakarta)”. Pada hasil penelitiannya yaitu variabel Sertifikat halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli.
Perbedaan pada penelitian ini ,Penelitian ini menggunakan Variabel yang berbeda yaitu Religiusitas dan bahan makanan terhadap minat beli konsumen.
3. Penelitian pada tahun 2019 yang telah dilakukan oleh Dwi Septiyani yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Samyang (Studi kasus pada mahasiswa muslim di kota Semarang) ”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Religiusitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan terhadap minat beli mie samyang.
Perbedaan pada penelitian ini ,Penelitian ini menggunakan Variabel yang berbeda yaitu Sertifikasi halal dan bahan makanan terhadap minat beli konsumen.
4. Penelitian pada tahun 2019 yang dilakukan oleh Kemal Faza Akhyar dan Diesyana Ajeng Pramesti dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Variabel Religiusitas terbukti berpengaruh positif terhadap variabel Minat Beli.
Perbedaan pada penelitian ini ,Penelitian ini menggunakan menambahkan Variabel bahan makanan terhadap minat beli konsumen.
5. Penelitian pada tahun 2017 yang dilakukan oleh Nurul Khomariyah yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Halal, *Islamic Branding* dan *Produk Ingredients* Terhadap Minat Beli pada Produk Luwak *White Koffie* (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Putatsewu, Jati tengah, Sukodono, Sragen”. Hasil penelitiannya yaitu Variabel *Produk Ingredients* berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli.

Perbedaan pada penelitian ini ,Penelitian ini menggunakan Variabel yang berbeda yaitu Sertifikasi halal,Religiusitas dan bahan makanan terhadap minat beli konsumen.

6. Penelitian pada tahun 2020 yang dilakukan oleh Dedy Firmansyah “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Variabel Bahan makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Perbedaan pada penelitian ini ,Penelitian ini menggunakan Variabel yang berbeda yaitu Sertifikasi halal, Religiusitas dan bahan makanan terhadap minat beli konsumen.

7. Penelitian pada tahun 2014 Penelitian yang dilakukan oleh Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid berjudul “*Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer*”.*product ingredients* mempengaruhi minat membeli konsumen muslim pada produk halal yang diproduksi oleh produsen non-muslim.

Perbedaan pada penelitian ini pada metode analisis data dimana penelitian Yunus, Rashid, Ariffin, dan Rashid menggunakan *correlation analysis* sedangkan penelitian ini menggunakan regresi berganda.

8. Penelitian pada tahun 2012 Penelitian yang dilakukan oleh Yuhanis Abdul Aziz dan Chok Nyen Vui berjudul “*The Role of Halal Awareness, Halal Certification and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach*”. Penelitian tersebut menemukan bahwa sertifikat halal berpengaruh positif terhadap minat membeli produk halal.

Perbedaan pada penelitian ini,penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda dengan dimensi antar variabel yang disesuaikan dengan kondisi yang ada di Indonesia.

2.3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan penjelasan mengenai kajian teori juga penelitian sebelumnya, maka bisa disusun suatu kerangka berpikir dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*) yaitu Sertifikasi Halal (X1), *Religiusitas* (X2), Bahan Makanan (X3) dan variabel terikat (*dependent*) yakni Minat Beli konsumen.

1. Pengaruh sertifikasi Halal terhadap minat beli

Sertifikasi halal merupakan jaminan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh badan penyelenggara jaminan produk halal berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh majelis ulama. Produk makanan dengan sertifikat halal mengacu pada produk yang memenuhi standar keamanan dan kebersihan selama proses pengolahannya. Sertifikat halal akan memberi *image* positif berupa kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Sehingga dapat diartikan bahwasanya sertifikasi halal menjadi pertimbangan dalam membeli produk makanan halal. Oleh karena itu, sertifikat halal berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

2. Pengaruh *religiusitas* terhadap minat beli

Religiusitas merupakan relasi yang memberikan ikatan diantara manusia dengan Tuhannya yang disembahnya berdasar agama, yang dapat menjadikan manusia mempunyai raga bergantung yang mutlak atas keseluruhan kebutuhan hidup, baik berupa kebutuhan jasmaniah maupun kebutuhan rohaniah, yang mana hal tersebut diimplementasikan dengan mengarah pada hatinya, fikirannya juga perasaannya guna senantiasa menjalani ajaran agamanya. *Religiusitas* yang ada didalam diri seorang bisa dijadikan bahan pertimbangan juga dapat memberikan pengaruh seseorang saat akan memilih ataupun mengkonsumsi produk halal, makin tinggi religiusitas maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk makanan halal. Sehingga dapat diartikan bahwa *Religiusitas* merupakan faktor internal seseorang yang tak terlepas dari aspek keagamaan dalam melakukan suatu perilaku terutama dalam melakukan konsumsi yang berkaitan dengan produk halal. Oleh karena itu, *religiusitas* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

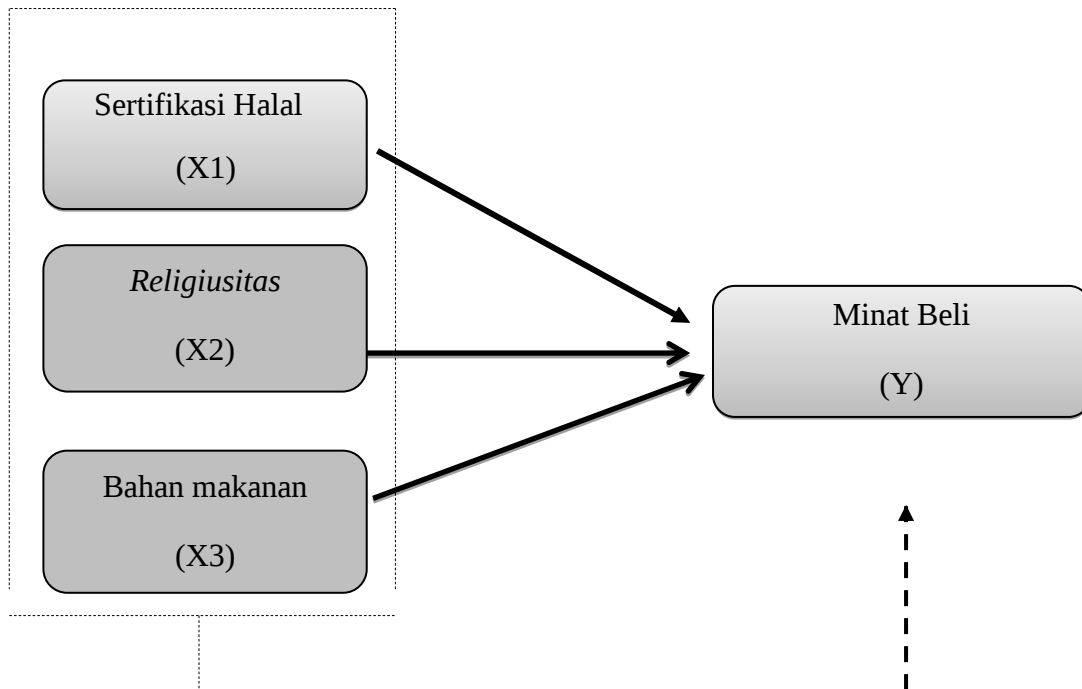
3. Pengaruh bahan makanan terhadap minat beli

Bahan makanan merupakan bahan-bahan apa saja yang terkandung di dalam suatu produk makanan. Peran pengetahuan, informasi, dan Islam sangatlah penting bagi setiap umat muslim dalam memilih makanan yang akan mereka konsumsi. Bahan produk memiliki potensi untuk mempengaruhi penilaian muslim tentang "*Halalness*". Sebagian besar konsumen sangat serius dalam mengetahui apa yang mereka konsumsi dan informasi ini biasanya

dikumpulkan melalui label makanan. Sehingga dapat diartikan bahwa bahan produk dapat menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih mengkonsumsi suatu produk. dikarenakan semakin familiar konsumen terhadap komposisi bahan yang digunakan maka makin besar juga minat beli konsumennya karena tidak adanya keraguan. Oleh karena itu, bahan makanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan Kerangka berpikir tersebut, dapat digambarkan paradigma penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis



Keterangan :

- = Pengaruh masing-masing variabel
- - - - -> = Pengaruh Variabel secara Simultan
- H₁ = Pengaruh (X₁) terhadap Y

H₂ = Pengaruh (X₂) terhadap Y

H₃ = Pengaruh (X₃) terhadap Y

H₄ = Pengaruh (X₁, X₂, X₃) terhadap Y

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah pernyataan sementara yang dapat diterima sebagai fakta yang ada, ketika fenomena dikenal dan menjadi dasar kerja serta acuan dalam verifikasi.⁴⁴

Dari penjabaran pada kerangka pemikiran diatas dan paradigma penelitian sebelumnya di atas, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H1 :Sertifikasi Halal berpengaruh positif terhadap Minat Beli produk Makanan halal pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang

H2 :Religiusitas berpengaruh positif terhadap Minat Beli produk Makanan halal pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang

H3 :Bahan Makanan berpengaruh positif terhadap Minat Beli produk Makanan halal pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.

H4:Sertifikasi halal, *Religiusitas* dan Bahan makanan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli produk makanan halal pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.

⁴⁴Moh.Nadzir.*Metode Penelitian*,Bogor : Ghalia Indonesia,2005,h. 151

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan Metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka dan menganalisis menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ada.⁴⁵ Jenis metode survey dipilih sebagai sumber data primer. Metode Survey adalah dengan cara mengumpulkan informasi dan data dari responden melalui kuesioner atau angket. Data yang diperoleh nantinya akan berupa angka, Dan angka yang diperoleh tersebut akan di analisis lebih lanjut dalam analisis data menggunakan aplikasi SPSS16.0. Variabel pada penelitian ini ada dua, yaitu variabel bebas (independent) terdiri dari Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan makanan variabel terikat (dependent) yaitu Minat Beli.

3.2 Sumber Data

Metode pengumpulan sumber data merupakan sebuah teknik atau cara yang bertujuan agar peneliti mendapatkan data yang kemudian dianalisis atau diolah untuk membuat suatu kesimpulan.⁴⁶ Dalam penelitian ini sumber data yang dipakai terdapat 2 macam yakni sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer diperoleh dari menyebar kuisisioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang nantinya akan dijadikan sebagai sampel.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber informasi yang sudah dipublikasikan oleh penelitian terdahulu, diantaranya berasal dari Jurnal, buku, skripsi, artikel serta literature yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber Data sekunder ini dipergunakan sebagai pendukung data primer.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, h.7-8

⁴⁶ Anton Bawono, *Multivariate Analysis dengan SPSS*, Salatiga: STAIN, 2006, h.29

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiono (2009) mengatidakan bahwa populasi adalah suatu wilayah generasi yang meliputi atas objek atau subjek yang mempunyai karakter serta kualitas tertentu yang peneliti telah tetapkan. Populasi terdiri dari obyek dan benda alam lainnya yang meliputi seluruh karakteristik yang ada dalam objek dan subjek tersebut, bukan hanya dari orang saja. Populasi dari penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dari angkatan 2017-2019 Yang Berjumlah 1.139.

2. Sampel

Menuruut Sugiono (2009) sampel adalah bagian dari jumlah serta karakterisitik yang merepresentasikan populasi. Apabila dalam sebuah populasi memiliki angka yang banyak dan tidak memungkinkan untuk diteliti keseluruhannya yang disebabkan karena keterbatasan dana, waktu serta tenaga, maka peneliti bisa melakukan pengambilan sampel yang ada dalam populasi tersebut. Oleh karenanya, Metode pengambilan sampel secara *nonPropabability sampling* atau pemilihan non random yang berupa *purposivee sampling*. *Purposive sampling* yaitu dilakukan dengan melakukan pengambilan sampel dari populasi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Kriteria yang digunakan bisa berdasar pada pertimbangan (*judgeement*) tertentu ataupun jatah kuota tertentu.⁴⁷

Penelitian ini menggunakan sampel yang sesuai dengan kriteria sebagai berikut :

1. Sampel yang didapatkan dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri Walisongo dari angkatan 2017-2019.
2. Sampel yang didapatkan dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo sebagai konsumen Produk Makanan halal.

Menurut pendapat Wijaya (2013) dalam penentuan jumlah sampel memiliki ketergantungan pada karakteristik serta jumlah populasi.⁴⁸ Dalam Penentuan ukuran

⁴⁷Sugiono, *Metode...*, h.80-85

⁴⁸Hersey, *Kunci Sukses Pemimpin Situassional*, (Jakarta : Delaprasata, 2014), h.65

sampel dari populasi tersebut menggunakan metode rumus slovin. Besaran sampel Rumus Slovin sebagai berikut⁴⁹ :

$$s = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan

s = sampel

N = populasi

e = nilai kritis yang diinginkan (presentasi kelonggaran ketidakpastian disebabkan kesalahan pengambilan sampel populasi)

Berikut rumus perhitungan dengan nilai kritis yang ditetapkan adalah 10% :

$$s = N / 1 + N \cdot e^2$$

$$s = 1.139 / 1 + (1.139 \times 0,1^2)$$

$$s = 1.139 / 1 + (1.139 \times 0,01)$$

$$s = 1.139 / 1 + (11,38)$$

$$s = 1.139 / 12,38$$

$$s = 92,03$$

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari rumus diatas besaran sampel berjumlah 92,03, sehingga sampel dapat dibulatkan menjadi 100 mahasiswa.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangat dibutuhkan untuk memperoleh bahan-bahan, informasi keterangan, serta fakta-fakta yang dapat dipercaya. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵⁰ Dalam sebuah Penelitian metode Pengumpulan data menjadi hal yang

⁴⁹Fajar Adhitya, *Stu di Mengenai Keputusan Mahasiswa UinWalisongo Menja di Nasabah Produk Tabungan "Sierela"*, Fakultas Ekonomi Dana Bisnis Islam, UINWalisongo Semarang, Al Amwaal: Vol. 1, No. 2, Februari 2019, h.77

⁵⁰Muri Yusuf, *Metode...*, h.142

paling penting yang dapat menentukan berhasil atau tidaknya sebuah penelitian.⁵¹Metode ini dianggap memiliki keuntungan sebagai pengumpul data yang baik, Jika dibandingkan dengan jenis instrumen lain, kuisioner atau angket lebih banyak dipergunakan dalam penelitian karena data yang diperoleh lebih banyak dengan jangka waktu yang relatif lebih singkat dan tidak membutuhkan biaya yang tinggi.

Skala Pengukuran yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert* (*likert scale*). Data dikumpulkan dari para responden dengan memakai kuisioner dengan skala *likert* yang nantinya akan digunakan untuk melakukan pengukuran pada Sertifikasi halal, *Religiusitas*, dan Bahan makanan terhadap minat beli produk makanan halal.

Menurut Sugiono (2009) Skala *likert* yaitu pengukuran sikap, pendapat serta persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial.⁵²

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert

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

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Pada penelitian ini ada empat variabel yang dipergunakan yaitu tiga variabel bebas X1 (Sertifikasi Halal), X2 (*Religiusitas*), X3 (Bahan makanan) dan satu variabel terikat Y (Minat beli). Pada masing-masing variabel tersebut dapat diukur dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yang telah dituangkan dalam sebuah kuisioner, sehingga lebih terarah dan sesuai dengan metode yang telah digunakannya.

⁵¹ Nuruddin, *Pengaruh Relationship Marketing, Citera Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyallitas Nasabaah (Study Paada Bank Rakyat Indonesia Syari"ah Kantoor Cabang Semarang)*, FEBI UIN Walisongo Semarang, Jurnal ST1E SEMARNG, VOL 10 No 1, 2018, h.2 8

⁵²Sugiono, *Metode....*, h.93

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Penjelasan mengenai dua variabel yang ada dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Variable Bebas (Independen)

Variable bebas sering juga disebut variabel prediktor ialah variable yang mempengaruhi variable terikat baik secara positif ataupun negatif. Variable bebas yang sering disebut juga variable *stimulus*, *predictor* dan *antecedent*. Variable bebas adalah variable yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable independen (terikat).

Variable bebas dalam penelitian ini terdiri dari Sertifikasi Halal (X1), *Religiusitas* (X2) dan Bahan makanan (X3)

2. Variable Terikat (Dependen)

Variable terikat juga sering disebut sebagai variable output, konsekuensi serta kriteria. Variable terikat ialah variable yang dipengaruhi atau menjadi sebab adanya variable bebas.⁵³

Variable terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli (Y)

2. Definisi Operasional

Pengertian operasional adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau “mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji serta ditentukan faktanya oleh orang lain”.⁵⁴ Definisi Operasional variabel sering juga disebut definisi subjektif, alasannya dikarenakan tercermin dari susunan yang terstruktur dalam pemilihan variabel dan indikator yang dipilih oleh peneliti. Definisi variable yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variable Penelitian	Definisi	Indikator	Sumber
---------------------	----------	-----------	--------

⁵³Prof. Dari. Eri Barlian, MS, *Metodologi...*, h.21

⁵⁴Jonathan Sarwono, *Metode...*, h.67-68.

Sertifikasi Halal (X1)	Sertifikasi Halal atau <i>Halal certification</i> adalah jaminan keamanan bagi umat muslim untuk dapat mengkonsumsi suatu produk makanan sesuai ajaran agama islam.	1. Pentingnya logo Halal 2. Memilih Produk berdasarkan Logo Halal 3. Mengetahui beberapa produk mendapat sertifikasi dari negara lain 4. Hati-hati dalam memilih produk	Menurut Shaari dan Arifin (2010)
Religiusitas (X2)	<i>Religiusitas</i> merupakan hubungan yang mengikat antara manusia dengan Tuhan yang disembah menurut agamanya, yang dapat membuat manusia mempunyai ketergantungan yang mutlak atas semua kebutuhan hidupnya, baik berupa kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani, yang mana hal tersebut diimplementasikan dengan mengarahkan hati, pikiran dan perasaan untuk senantiasa menjalankan ajaran agama.	1. Keyakinan 2. Peribadatan 3. Penghayatan 4. Pengetahuan 5. Pengalaman	Menurut Glock dan Stark dalam Ancok dan Suroso)
Bahan Makanan (X3)	Bahan makanan atau <i>food ingredients</i> didefinisikan sebagai bahan-bahan yang terkandung dalam suatu produk yang memastikan bahwa produk tersebut halal atau tidak.	1. Keakraban bahan produk mempengaruhi minat beli 2. Informasi tentang bahan-bahan pada produk sangat penting 3. Terminologi	Menurut Yunus et al (2014)

		Kompleks yang digunakan dalam menjelaskan bahan produk sulit dipahami 4. Bahan yang tidak familiar menimbulkan kecurigaan dalam hal kehalalan 5. Bahan produk mencerminkan keamanan dan kualitas produk	
Minat Beli (Y)	Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>) adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan membeli.	1. Membeli produk bersertifikat halal 2. Merekomendasikan untuk membeli makanan halal 3. Tertarik membeli makanan halal 4. Membeli makanan halal sesuai kebutuhan	Assael (2001)

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda ialah teknik untuk menaksir hubungan kausalitas antara variabel yang telah ditetapkan berdasarkan teori. Dengan Aplikasi SPSS 16.0. Dalam analisis regresi linier berganda menggunakan analisis data dengan :

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah sebuah data yang kebenarannya bisa diyakini sesuai dengan kenyataan. Uji validitas dipergunakan dalam melakukan pengukuran sah

ataupun valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria penilaian yaitu Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka bisa dikatakan item kuesioner tersebut valid. dan Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk melakukan pengukuran pada suatu kuesioner yang dimana menjadi indikator dari variable ataupun konstruk. Dalam sebuah kuesioner dibidang reliabel ataupun handal ketikan jawaban seseorang terhadap pertanyaanbya ialah konsisten ataupun stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini memakai rumus *Cronbach Alpha (a)*, guna mencari tahu tingkat reliabilitas instrumen dari variabel suatu penelitian. Dalam suatu kuesioner dapat dibidang *reliable* atau handal ketika uji statistik *Cronbach Alpha* $> 0,6$ dan apabila *Cronbach Alpha* $< 0,6$ dinyatakan tidak reliabel. Nilai reliabilitas dalam uji ini adalah kolom *Reliability Statistic (Cronbach's Alpha)*.⁵⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Teknik Uji asumsi klasik adalah rangkaian dari proses penganalisisan dari metode regresi linier. Dalam uji asumsi klasik ini pengujian yang harus dilakukan yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel tersebut berdistribusi normal atau tidak, jika signifikansi $> 0,05$ maka *residual* terdistribusi secara normal. Normalitas data bisa dilihat dengan menggunakan uji normalitas Kolmogrov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghazali (2013) sebagai berikut⁵⁶ :

- 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

⁵⁵Yusuf, *Metode.....*, h. 242

⁵⁶Imam Ghoozali, *Apilikasi Analissis Multivarianted dengan Programe SPSS*, Semarang, Badan Penerebit Univeresitas Diponegoro, 2013 h. 29

2) Jika nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang sangat kuat atau sempurna antara variabel bebas (independen). Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak, peneliti menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria dalam menentukan data Multikolinearitas yaitu sebagai berikut :

1. Memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) ≤ 10)
2. Memiliki nilai TOLERANCE $\geq 0,10$

Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas”.⁵⁷

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas tujuannya ialah guna melakukan pengujian apakah dalam model regresi terjadi perbedaan *variance* dari *residual* satu observasi ke observasi yang lainnya. Apabila varian dan residual satu observasi dengan observasi lainnya tetap, maka dapat dikatakan homoskedastisitas dan sebaliknya jika berbeda dikatakan sebagai heteroskedastisitas. Jika ditemukan nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas”. Sebaliknya jika nilai < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan dengan tujuan guna melihat seberapa besar variabel-variabel (Y) bebas bisa memberi sebuah penjelasan tentang variabel terikat (X). Nilai koefisien determinasi (R^2) ialah antara nol dan satu. Jika nilai (R^2) semakin dekat dengan 1 maka artinya variabel-variabel *independent* dapat memberi hampir keseluruhan informasi yang diperlukan guna memperkirakan variasi variabel dependent. Dan jika nilai koefisien determinasi (R^2) adalah nol, maka memperlihatkan bahwa variabel bebas secara keseluruhan

⁵⁷Ibid. h. 32

tidak bisa menjelaskan variabel terikat. Secara umum koefisien determinasi guna data silang (*crossection*) relative rendah dikarenakan terdapat variasi yang besar diantara masing-masing observasi. Sedangkan data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.⁵⁸

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk memahami apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat.⁵⁹ Berikut kriteria dalam Penilaian Uji F⁶⁰ :

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, Maka H_0 diterima
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, Maka H_0 ditolak

c. Uji T (Parsial)

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara individu (parsial). Dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS.⁶¹

Berikut kriteria dalam pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis yaitu menggunakan statistik t pada penelitian ini sebagai berikut⁶² :

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, Maka H_0 diterima
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, Maka H_0 ditolak

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis data yang bersifat multivariate. Dalam Analisis ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh dari Sertifikasi Halal, Religiusitas dan Bahan makanan (variabel independen) terhadap Minat Beli (variabel dependen) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang pada Produk Makanan halal. Berikut persamaan regresi, yaitu⁶³:

⁵⁸Hersey, *Kunci Sukses Pemimpin Situasional*, (Jakarta : Delaprasata, 2014), h. 65

⁵⁹Bawono, *Multivariate*,...h.91

⁶⁰Saadah, *Pengaruh*..., h.87

⁶¹*ibid.* h. 89

⁶²*Ibid*, h.87

⁶³*Ibid.* h. 65

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 e + e$$

Keterangan :

Y : Minat Beli

β_0 : Konstanta (constant)

β_{1-3} : Konstanta (constant)

X_1 : Sertifikasi Halal

X_2 : *Religiusitas*

X_3 : Bahan makanan

e : Kesalahan (error)

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sebagai konsumen produk makanan halal.

Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang berdiri sejak tanggal 13 Desember 2013, diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dari. Suryadharma Ali. Sebelumnya beberapa jurusan merupakan Program Studi yang tergabung dalam Fakultas Syariah. Dan dengan adanya perubahan Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang (IAIN) menjadi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 130 Tahun 2014.⁶⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdiri atas program studi:

1. D3 Perbankan Syariah
2. S1 Ekonomi Islam
3. S1 Akuntansi Syariah
4. S1 Perbankan Syariah
5. S1 Manajemen
6. S2 Ekonomi Syariah

Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

a) Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

⁶⁴<https://febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/> diakses pada tanggal 12 November 2021 pukul 09.50 WIB

“Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038.”

b)Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 4) Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- 5) Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
- 6) Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.⁶⁵

Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Binis Islam Uin Walisongo Semarang Periode 2019-2023.⁶⁶

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|
| a. Dekan | : Dr. H. Muhammad Saifullah,M.Ag. |
| b. Wakil Dekan I | : Dr. H.Nur Fatoni, M.Ag. |
| c. Wakil Dekan II | : H. Khoirul Anwar, M.Ag. |
| d. Wakil Dekan III | : Drs.H.Saekhu.,M.H |
| e. Prodi S2 Ekonomi Syariah | |
| Ketua Jurusan | : Dr. Ali Murtadho,M.Ag. |
| Sekretaris Jurusan | : Dr.H. Ahmad Furqon,Lc.,M.A. |

⁶⁵<https://febi.walisongo.ac.id/visi-misi-dan-tujuan-febi-uin-walisongo> diakses pada tanggal 12 November 2021 pukul 09.53 WIB

⁶⁶<https://febi.walisongo.ac.id/pimpinan/> di akses tanggal 12 November 2021 pukul 10.08 WIB

f. Prodi SI Ekonomi Islam

Ketua Jurusan : H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag,

Sekretaris Jurusan : Nurudin, S.E., M.M..

g. Prodi SIManajemen

Ketua Jurusan : H.Muchamad Fauzi, SE., MM.

Sekretaris Jurusan : Fajar Adhitya,S.Pd.,MM.

h. Prodi D3 PerbankanSyari'ah

Ketua Jurusan : A. Turmudi, S.H., M.Ag.

Sekretaris Jurusan : Choirul Huda ,M.Ag.

i. Prodi S1 PerbankanSyari'ah

Ketua Jurusan :Heni Yuningrum, SE., M. Si.

Sekretaris Jurusan : Muyassarah, M.SI.

j. Prodi AkuntansiSyariah

Ketua Jurusan : Dr. Ratno Agriyanto, SE.,M.Si,

Sekretaris Jurusan : Warno,SE, M.Si

k. Kabag Tata Usaha : Drs. H. Abdul Hakim,M,Ag.

l. Kasubag.AKA : Ali Mustain, S.Ag. M.M.

m. Kasubag. AUK : Nasruddin, S.Ag., M.M.

4. 2 Klasifikasi Responden

Penelitian ini di lakukan dengan mengetahui latar belakang responden terlebih dahulu, adapun klasifikasi responden meliputi :Jurusan perkuliahan responden, angkatan perkuliahan responden ,Usia responden sebagai berikut:

1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan Perkuliahan

Klasifikasi responden berdasarkn jurusan perkuliahan responden pada tabel

4.1 :

Tabel 4.1
Jurusan Perkuliahan

NO.	Jurusan Perkuliahan	Jumlah	Presentase(%)
1	D3 Perbankan Syariah	1	1%
2	S1 Ekonomi Syariah	70	70%
3	S1 Akuntansi Syariah	11	11%
4	S1 Perbankan Syariah	15	15%
5	S1 Manajemen	3	3%
Jumlah		100 Orang	100%

(Sumber data diolah(2021))

Berdasarkan tabel 4.1 tabel di atas klasifikasi berdasarkan jurusan Perkuliahan dari responden dapat dilihat persentasenya, meliputi D3 Perbankan Syariah berjumlah 1 orang, S1 Ekonomi Syariah berjumlah 70 orang atau 70 %, S1 Akuntansi Syariah berjumlah 11 orang atau 11 %, S1 Perbankan Syariah berjumlah 15 orang atau 15 % dan S1 Manajemen berjumlah 3 orang atau 3 %.

2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Angkatan Perkuliahan

Klasifikasi responden berdasarkan Angkatan perkuliahan responden pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2
Angkatan Perkuliahan

NO.	Angkatan Perkuliahan	Jumlah	Presentase(%)
1	2017	82	82%
2	2018	12	12%

3	2019	6	6%
Jumlah		100 Orang	100%

(Sumberdata dio1ah2021)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas klasifikasi berdasarkan Angkatan Perkuliahan dari responden dapat dilihat persentasenya meliputi angkatan 2017 berjumlah 82 orang atau 82 %, angkatan 2018 berjumlah 12 orang atau 12 %, angkatan 2019 berjumlah 6 orang atau 6%.

3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Klasifikasi responden berdasarkan usia responden pada Tabel 4.3, sebagai berikut:

Tabel 4.3

Usia

NO.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	18-20	11	11%
2	21-23 Tahun	86	86%
3	>24 Tahun	3	3%
Jumlah		100 Orang	100%

(Sumber data diolah 2021)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas klasifikasi berdasarkan Usia dari responden dapat dilihat persentasenya meliputi Usia 18-20 Tahun berjumlah 11 atau 11 %, 21-23 Tahun berjumlah 86 atau 86 % orang dan >24 Tahun berjumlah 3 orang atau 3 %.

4.3Analisa Data

Agar dapat menjawab hipotesis yaitu , pengaruh Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli. Teknik analisa data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 16.0. Dalam analisis regresi linier berganda menggunakan analisis data dengan:

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Apabila significant dua arah (sig 2-Tailed) < 0,05 maka pertanyaan atau indikator dikatakan valid, akan tetapi jika nilai significant dua arah (sig 2-Tailed) > 0,05 maka pertanyaan tersebut tidak valid. Dan apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, begitupun sebaliknya. Nilai $r_{tabel} = N = 100 = 0,195$. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
“Hasil Uji Validitas”

Variabel	Pernyataan	r Hitung	rTabe	Signifikan	Keterangan
Sertifikasi Halal (X1)	SH11	0,716	0,195	0,000	Valid
	SH12	0,642	0,195	0,000	Valid
	SH13	0,624	0,195	0,000	Valid
	SH14	0,586	0,195	0,000	Valid
	SH15	0,596	0,195	0,000	Valid
	SH16	0,631	0,195	0,000	Valid
	SH17	0,419	0,195	0,000	Valid
	SH18	0,476	0,195	0,000	Valid
Religiusitas (X2)	R1	0,331	0,195	0,000	Valid
	R2	0,484	0,195	0,000	Valid
	R3	0,482	0,195	0,000	Valid
	R4	0,520	0,195	0,000	Valid

	R5	0,572	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	R6	0,628	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	R7	0,463	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	R8	0,527	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	R9	0,618	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	R10	0,547	0,195	0,000	<i>Valid</i>
Bahan Makanan (X3)	BM1	0,632	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	BM2	0,799	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	BM3	0,752	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	BM4	0,776	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	BM5	0,776	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	BM6	0,675	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	BM7	0,686	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	BM8	0,373	0,195	0,000	<i>Valid</i>
Minat Beli (Y)	MB1	0,585	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	MB2	0,798	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	MB3	0,827	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	MB4	0,758	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	MB5	0,713	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	MB6	0,600	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	MB7	0,511	0,195	0,000	<i>Valid</i>
	MB8	0,450	0,195	0,000	<i>Valid</i>

(Sumber data: dio1ah2021)

Berdasarkan tabel 4. 4, diperoleh hasil dari hasil uji validitas pada semua butir pertanyaan setiap variable dalam penelitian ini adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari tabel tersebut adalah nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

b. Uji Realibilitas

Realibilitas ialah ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur. suatu variable dikatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* (α) ≥ 0.60

.Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5
“Hasil Uji Reliabilitas”

Variable	Cronbach's Alpha	Kriteria
Sertifikasi Halal	0,719	Reliable
Religiusitas	0,701	Reliable
Bahan Makanan	0,840	Reliable
Minat Beli	0,789	Reliable

Sumber Data diolah(2021)

Berdasarkan tabel 4.5 menyatakan bahwa semua variable dinyatakan reliable, dapat dilihat pada nilai koefisien alpha variable Sertifikasi Halal,Religiusitas,Bahan Makanan dan Minat Beli lebih besar dari 0,60 dapat dikatakan bahwa variable-variable yang terdapat pada penelitian ini Reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data bisa dilihat dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov*.⁶⁷“Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika Asymp. Sig. (2 – tailed) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.”

Tabel4.10

“Hasil Uji Normalitas”

One -Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000

⁶⁷Imam Ghoozali.*Aplikaasi Analiiss Multivariaate denganProgram SPSS*. Semarang: Badamn Peneribit Univerisitas Diponegoro, 2013, h .29

	Std. Deviation	3.61866590
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.080
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		1.012
Asymp. Sig. (2-tailed)		.257
a. Test distribution is Normal.		

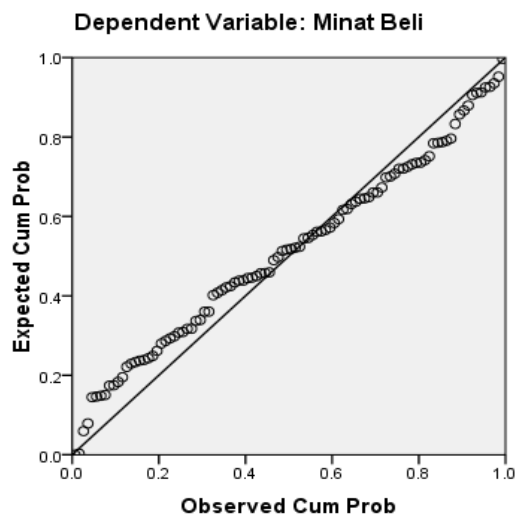
(Sumbr data dio1ah2021)

Dilihat dari tabel 4.10 diatas bahwa nilai $N = 100$ yaitu jumlah sampell yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 100 orang, nilai *kolmogorov-smirnov z* menunjukkan angka 1,012 dan Asym. Sig (2-tailed) menunjukkan angka 0,257. Sehingga dapat diketahui bahwa $0,257 > 0,05$ yang berarti nilai residual lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hasil uji normaliitas selain dari tabel 4.12 dapat juga dengan melihat grafik pada gambar 4.1 berikut ini :

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



(Sumber data diolah 2021)

Berdasarkan gambar grafik diatas dapat dilihat normal probabiility plot menunjukkan bahwa data titik – titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehinga dapat dikatakan berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen), jika variable bebas saling berkoreelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal yang artinya variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.⁶⁸Cara mendektesi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi,sebagai berikut :

- 1) Memiliki nilai $VIF \leq 10$
- 2) Memiliki nilai $TOLERANCE \geq 0,10$ ”.

Tabel 4.11
“Hasil Uji Multikolinearitas”

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.500	3.473		3.311	.001		
Sertifikasi Halal	.211	.075	.248	2.818	.006	.917	1.090
Religiusitas	.357	.077	.401	4.643	.000	.953	1.049
Bahan Makanan	.160	.066	.210	2.437	.017	.953	1.049

a. Dependent Variable:
 Minat Beli

⁶⁸Imam Ghoozali *Apilikasi Analsisis Multivariaate denganProgram SPSS*. Semrang: Badaan Peneribit Univerisitas Diponegoro, 2013, h.105-106

(Sumber data dio1ah2021)

Berdasar tabel tersebut bisa dilihat bahwasanya Nilai tolerance pada variabel X1 0,917, X2 0,953 dan X3 0,953, yang mana nilai tolerance ini lebih besar dari 0,10. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya tidak ada gejala multikolinieritas. Dan Nilai VIF pada variabel X1 1,090, X2 1,049 dan X3 1,049, yang mana nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multiikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui ada atau tidaknya kesamaan variance dari nilai residual untuk pengamatan pada model regresi. Dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas, dan jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *Glejser* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12
“Hasil Uji heteroskedastisitas”

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.980	2.398		.001
	X1	-.072	.052	-.140	.164
	X2	.029	.053	.054	.583
	X3	-.136	.045	-.295	.103

a. Dependent Variable: Abs_Res
(Sumber data diolah2021)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Sertifikasi Halal (X1) sebesar 0,164 > 0,05, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Sertifikasi Halal (X1), sedangkan diketahui bahwa nilai signifikansi Religiusitas (X2) sebesar 0,583 > 0,05, yang

berartitidak terjadi heteroskedastisitas pada variable *Religiusitas* (X2). Variable Bahan Makanan (X3) menunjukkan nilai signifikansi $0,103 > 0,05$ yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variable Bahan Makanan (X3).

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui besar presentase variassi variable independen yang di pergunakan dalam model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 4.6

“Hasil Uji koefisien determinasi (R^2)”

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.319	.297	3.67477

a. Predictors: (Constant), Bahan Makanan, Religiusitas, Sertifikas Halal
(Sumbr data dio1ah202 1)

Dari hasil pengujian yang telaah dilakukan dengan aplikasi *spss* didapatkan hasil data melalui tabel yaitu nilai *R Square* sebesar 0,319 atau 31,9 %. Maka hal tersebut memiliki arti bahwa besaran pengaruh variabel bebas variabel Sertifikasi Halal (X1), *Religiusitas* (X2) dan Bahan Makanan (X3) terhadap variabel terikat Minat Beli adalah sebesar 31,9 % dan sisanya 68,1 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

b. Uji F (Simultan)

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada atau tidaknya pengaruh suatu variable terikat terhadap variable bebas secara simultan atau bersama-sama. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan signifikan atau berpengaruh, dikatakan signifikan jika nilai signifikan variabel $< 0,05$. Pembuktian dilakukan dengan cara:

- 1) H_0 diterima ,Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$
- 2) H_0 ditolak,Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$

Tabel4.7

“Hasil Uji F ”

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	606.210	3	202.070	14.964	.000 ^a
Residual	1296.380	96	13.504		
Total	1902.590	99			

a. Predictors: (Constant), Bahan Makanan, Religiusitas, Sertifikas Halal

b. Dependent Variable: Minat Beli

(Smber data dio1ah2021)

Dalam penelitian ini adalah $f_{tabel} = f(3; n-k) = f(3; 100 - 3) = f(3;97) = 2,70$ dengan tingkat kesalahan 5%. Jadi, Nilai f_{hitung} lebih besar dari $f_{tabel}(14,964 > 2,70)$. Dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal (X1), *Religiusitas*(X2) dan Bahan Makanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Produk Makanan Halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam NegeriWalisongo.

c. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing – masingvariabel Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli.Untuk mengetaui hasil tersebut bisa melalui dua alternatiff yaitu dengan membandingkan antara nilai signifikansi $\alpha = 0,05$ Dengan $t_{hitung} < 0,05$ serta dengan cara membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat diartikan variabel

independen mempengaruhi Variabel Dependen secara parsial (Individu) .
Kaidah pengambilan keputusan dalam penelitian ini:⁶⁹

- 1) H_0 di Terima, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
- 2) H_0 di Tolak, Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Tabel 4.8
“Hasil Uji T”

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.500	3.473		3.311	.001
Sertifikas Halal	.211	.075	.248	2.818	.006
Religiusitas	.357	.077	.401	4.643	.000
Bahan Makanan	.160	.066	.210	2.437	.017

a. Dependent Variable: Minat Beli
(Sumber data diolah 2021)

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= (\alpha / 2) ; (n-k-1) \\
 &= ((0,05 / 2) ; (100-3-1)) \\
 &= ((0,025) ; (96)) \\
 &= 1,984
 \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Pada variabel Sertifikasi Halal (X1) hasil dari nilai t_{hitung} adalah sebesar 2.818 dan nilai signifikansi 0,006. Dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 sehingga dapat diketahui bahwa ($2,818 > 1,984$) yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dan dengan nilai signifikansi 0,05 yaitu ($0,006 < 0,05$) yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka H_1 diterima sehingga hal ini

⁶⁹Saadah, *Pengaruh...*, h.87

menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

- 2) Pada variabel *Religiusitas*(X2) hasil dari nilai t_{hitung} adalah sebesar 4,643 dan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 sehingga dapat diketahui bahwa ($4,643 > 1,984$) yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dan dengan nilai signifikansi dari 0,05 yaitu ($0,000 > 0,05$) yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka H2 diterima sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel *Religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.
- 3) Pada variabel Bahan Makanan (X3) hasil dari nilai t_{hitung} adalah sebesar 2,437 dan nilai signifikansi 0,000. Dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 sehingga dapat diketahui bahwa ($2,437 > 1,984$) yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dan dengan nilai signifikansi 0,05 yaitu ($0,017 < 0,05$) yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka H3 diterima sehingga Hal ini menunjukkan bahwa variabel Bahan Makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menganalisis data yang bersifat multivariante. Analisis ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh dari variabel Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan (variabel independen) terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (variabel dependen) Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang, yaitu dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.9

“Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda”

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.500	3.473		3.311	.001		

Sertifikasi Halal	.211	.075	.248	2.818	.006	.917	1.090
Religiusitas	.357	.077	.401	4.643	.000	.953	1.049
Bahan Makanan	.160	.066	.210	2.437	.017	.953	1.049

a. Dependent Variable:
Minat Beli
u

asar(Sumbr Data dioleh 2021)

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 11,500 + 0,211X_1 + 0,357X_2 + 0,160X_3 + e$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan ,sebagai beriklt:

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta dalam regresi ini ialah sebesar 11,500 bernilai positif yang berarti bahwa jika variable Sertifikasi Halal ,*Religiusitas* dan Bahan Makanan tidak terjadi perubahan (X_1 , X_2 dan X_3 bernilai 0), maka nilai variabel pada Minat Beli adalah sebesar 11,500.

b. Sertifikasi Halal (X_1) terhadap Minat Beli

Koefisiaen regresi pada variabel Sertifikasi Halal sebesar 0,211 atau sebesar 21,1% .Maka artinya setiap kenaikan Sertifikasi Halal 1% maka akan menaikkan Minat Beli sebesar 0,211 atau 21,1%.

c. *Religiusitas* (X_2) terhadap Minat Beli

Koefisiaen regresi pada variabel *Religiusitas* sebesar 0,0357 atau sebesar 35,7 % .Maka artinya setiap kenaikan *Religiusitas* 1% maka akan menaikkan Minat Beli sebesar 0,0357 atau 35,7%.

d. Bahan Makanan (X_3) terhadap Minat Beli.

Koefisiaen regresi pada variabel Bahan Makanan sebesar 0,160 atau sebesar 16 % .Maka artinya setiap kenaikan Bahan Makanan 1% maka akan menaikkan Minat Beli sebesar 0,160 atau 16% .

4.5 Pembahasan

Pada penelitian ini hasil uji validitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ialah sebesar 0,195 yang didapatkan dari nilai r_{tabel} dengan $N=100$ Maka dapat disimpulkan bahwa pada masing-masing item pertanyaan adalah valid. Pada uji reliabilitas menunjukkan bahwa pada masing-masing variabel bebas memiliki nilai-nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 hingga semua variabel dinyatakan reliabel. Serta untuk pembahasan mengenai pengaruh dari masing-masing variabel ialah sebagai berikut :

1) Sertifikasi Halal berpengaruh terhadap Minat beli produk makanan Halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.(X1)

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh secara signifikan positif terhadap Minat Beli. Hal ini terbukti dengan adanya nilai t_{hitung} adalah sebesar 2,818 dengan $t_{tabel} 1,984$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi 0,000 maka H_1 “Diterima”. Selain itu hasil pada persamaan regresi linear berganda Sertifikasi Halal adalah sebesar 0,211 dengan arah positif. Makaberarti jika Sertifikasi Halal meningkat maka Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam akan meningkat sebesar 21,1%.

Hasil dalam penelitian ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Danang Waskito (2015) yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap minat beli produk makanan halal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)”. Hasil penelitiannya yaitu Variable sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli.

Sertifikasi halal acuannya ialah pada jaminan bagi umat muslim dalam hal melakukan konsumsi produk, termasuknya makanan yang sesuai dengan peraturan islam. Sehingga dapat diartikan bahwasanya sertifikasi halal menjadi pertimbangan dalam membeli produk makanan halal. Oleh

karenanya, sertifikasi halal menjadi bagian peran penting yang bisa memberikan pengaruh positif bagi konsumen muslim pada niat pembelian makanan halal di masa yang akan datang.

2) *Religiusitas* berpengaruh terhadap Minat beli produk makanan Halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.(X2)

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Religiusitas* berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini terbukti dengan adanya nilai t_{hitung} adalah sebesar 4,643 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 dan nilai signifikansi 0,000 maka H_2 “Diterima”. Selain itu pada hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan sebesar 0,357 dengan arah positif. Yang berarti jika variabel *Religiusitas* meningkat maka Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam akan meningkat sebesar 35,7%.

Hasil dalam penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Septiyani (2019) yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Label Halal Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Samyang (Studi kasus pada mahasiswa muslim di kota Semarang)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *Religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mie samyang

Religiusitas yang ada didalam diri seorang bisa dijadikan bahan pertimbangan juga dapat memberikan pengaruh seseorang kala akan memilih ataupun mengkonsumsi produk halal, makin tinggi religiusitas maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk makanan halal. Sehingga dapat diartikan bahwa Religiusitas merupakan faktor internal seseorang yang tidak terlepas dari aspek keagamaan dalam melakukan suatu perilaku terutama dalam melakukan konsumsi yang berkaitan dengan produk halal.

3) Bahan Makanan berpengaruh terhadap Minat beli produk makanan Halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.(X3)

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Bahan Makanan adalah Berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini Terbukti dengan adanya nilai t_{hitung} adalah sebesar 2,437 lebih kecil dari t_{tabel} 1,984 dan nilai signifikansi 0,017 maka H_3 “Diterima”. Selain itu pada hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan sebesar 0,160 dengan arah positif. Yang berarti jika variabel Bahan Makanan meningkat maka Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam akan meningkat sebesar 16%.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan Penelitian yang dilakukan oleh Dedy Firmansyah (2020) “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Variabel Bahan makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Bahan produk memiliki potensi untuk mempengaruhi penilaian Muslim tentang “*Halalness*”. Sebagian besar konsumen sangat serius dalam mengetahui apa yang mereka konsumsi dan informasi ini biasanya dikumpulkan melalui label makanan. Sehingga Dapat Diartikan Bahwa Bahan produk dapat menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih mengkonsumsi suatu produk. dikarenakan semakin familiar konsumen terhadap komposisi bahan yang digunakan maka makin besar juga minat beli konsumennya karena tidak adanya keraguan.

4) Sertifikasi Halal , *Religiusitas* Dan Bahan Makanan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal pada mahasiswa

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Walisongo.**

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variable bebas yaitu Sertifikasi Halal ,*Religiusitas* Dan Bahan Makanan berpengaruh secara simultan atau simultan terhadap Minat Beli. Hal ini terbukti dengan hasil uji f yaitu f_{hitung} sebesar 14,964 dengan nilai f_{tabel} sebesar 2,70 yang artinya $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal (X1), *Religiusitas*(X2) dan Bahan Makanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Produk Makanan Halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah di lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sertifikasi Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t_{test} dimana nilai t_{hitung} yaitu sebesar 2,818 dan nilai t_{tabel} adalah 1,984. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi adalah $0,006 < 0,05$.
2. *Religiusitas* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t_{test} dimana nilai t_{hitung} yaitu sebesar 4,643 dan nilai t_{tabel} adalah 1,984. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$.
3. Bahan Makanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t_{test} dimana nilai t_{hitung} yaitu sebesar 2,437 dan nilai t_{tabel} adalah 1,984. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi adalah $0,017 < 0,05$.
4. Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan berpengaruh secara simultan atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji F_{test} menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan secara simultan dan signifikan mempengaruhi variable Minat Beli dengan Nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($14,964 > 2,70$). Dan tingkat signifikkan $0,000 < 0,05$.

5.2 KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan dalam penelitian, diantaranya yaitu :

1. Pada penelitian ini hanya meneliti tiga faktor, yaitu Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan sehingga hanya bisa memberikan informasi seberapa besar pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap minat beli produk makanan halal pada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Sedangkan untuk pengaruh faktor lain dalam penelitian ini tidak bisa di ketahui secara rinci.

2. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan angket/kuisisioner sebagai instrument penelitian, sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan kenyataan yang sesungguhnya.

5.3 SARAN- SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Sertifikasi Halal, *Religiusitas* dan Bahan Makanan, maka penulis ingin memberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Bagi para produsen produk makanan sebaiknya mempertimbangkan ketiga faktor yang sudah diteliti pada penelitian ini yaitu sertifikasi halal, *Religiusitas*, dan bahan makanan pada produk. Dilihat sekarang ini Umat Muslim saat ini tidak hanya sekedar menjadi umat agama Islam saja melainkan sebagai konsumen atau pasar potensial untuk produk makanan halal.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan serta referensi dalam penelitian yang sama. Pada penelitian selanjutnya yaitu dapat dengan melihat faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan Minat Beli Produk Makanan Halal, dengan menambahkan lebih banyak variable-variable, dan dapat memasukan lebih banyak sampel atau responden dalam melakukan penelitian. Hal ini bertujuan agar pada penelitian selanjutnya dapat memperoleh tingkat atau nilai signifikansi yang lebih besar.

Daftar Pustaka

Buku:

- Barlian, Eri. 2016. *Metodologi penelitian kualitatif & kuantitatif*. Padang : Sukabina Press.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga : STAIN.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Halal Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama RI, 2003), 151-160.
- Hasan, Sofyan. 2014. *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi Dan Implementasi Di Indonesia*, Yogyakarta : ASWAJA PRESSINDO..
- Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa*, (Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk
- Nadzir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Pasal 1 angka 2, 10, 11, Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 2007. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana.

Jurnal:

- Adhitya, Fajar. 2019. *Studi Mengenai Keputusan Mahasiswa Uin Walisongo Menjadi Nasabah Produk Tabungan "Sirela"*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.UIN Walisongo Semarang. Al Amwal: Vol. 1, No. 2, Februari 2019.
- Fuad, I.Z (2010). "Kesadaran Hukum Pengusaha Kecil Di Bidang Pangan Dalam Kemasan Di Kota Semarang Terhadap Regulasi Sertifikasi Produk Halal".Tesis diterbitkan.<http://eprints.undip.ac.id>.
- Fuad, Nashori .2002.*Agenda Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustidaka pelajar,: pada Thesis S2, Erike Anggraini, "Hubungan Religiusitas Terhadap Etos Kerja dan Produktifitas Karyawan
- Irgiana Faturohman,*Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal. Studi pada Konsumen Muslim di Indonesia.*,Jurnal,Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung.
- Izzuddin Ahmad ,2018.Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner .Jurnal Penelitian Ipteks.Vol. 3 No. 2.
- Lada, S., Tanakinjal, H. G., & Amin, H. (2009).Predicting intention to choose halalproduks using theory of reasoned action.*International Journal Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1),66-76.
- Listyoningrum, A., & Albari, A. (2012).*Analisis Minat Beli KonsumenMuslim Terhadapn ProdukYang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya*. Jurnal Ekonomi dan KeuanganIslam Vol.2,No.1
- Nurudin.2018. *Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang)*.FEBI UIN Walisongo Semarang.Jurnal STIE SEMARANG VOL 10 No 1.
- Yunuz M., Rashid W., Ariffin M., & Rasyid M. (2014). *Muslim"s Purchase Intention Towards Non-Muslim"s Halal Packaged Food Manufacturer*. Procedia - Social And Behavioral Sciences.

Skripsi

- Danang Waskito 2015. *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap minat beli produk makanan halal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)*”. Yogyakarta: Skripsi ,Universitas Negeri Yogyakarta
- Lucky Dini Mardiani (2019)., *Pengaruh Identitas Muslim, Sertifikat Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen KFC di Surakarta)*, skripsi ,Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Saadah, Hanik. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup, Brand Awareness, Dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang Tahun Angkatan Tahun 2013/2014-2014/2015)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Semarang : UIN Walisongo.
- Sayyidatul Maghfiroh. 2018. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswi Darush Shalihah*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta

Website

- <https://www.halalmui.org/>
- <https://tafsirq.com/>
- <https://id.wikipedia.org/>
- <https://news.detik.com/>
- <https://republika.co.id/>
- <https://www.pom.go.id/new/view/direct/solid>
- <https://www.kompasiana.com/>
- <https://walisongo.ac.id/>
- <https://www.bayan.id>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, *RELIGIUSITAS* DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN HALAL

(Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda tanda **Silang (X)** pada pilihan jawaban yang ada:

A. Profil Responden

1. Nama :
2. Nim :
3. Program Studi:
 - D3 Perbankan Syariah
 - S1 Ekonomi Islam
 - S1 Akuntansi Syariah
 - S1 Perbankan Syariah
 - S1 Manajemen
4. Angkatan :
 - 2017
 - 2018
 - 2019
5. Jenis Kelamin:
 - Laki-Laki
 - Perempuan
6. Usia:
 - 18 – 20 tahun
 - 21 – 23 tahun
 - > 24 tahun

Pengetahuan halal

1. Darimana Anda untuk pertama kalinya mengetahui informasi mengenai makanan halal? (sumber formal):
 1. TK/Playangroup
 2. SD
 3. SMP
 4. SMA
 5. Universitas
2. Dari sumber non-formal apa Anda mengetahui informasi atau konten mengenai makanan halal? :
 1. Buku

2. Majalah/Koran
3. Koran
4. Radio
5. Televisi
6. Internet
7. Media Sosial

B. Data Kuesioner

Petunjuk Pengisian Kuesioner

- 1) Berilah tanda silang (x) pada kolom yang tersedia sebagai jawaban yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya atas pernyataan tersebut !
- 2) Ada 5 (Lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu : Panduan untuk mengisi :
 - 1=Sangat Tidak setuju (STS)
 - 2=Tidak Setuju (TS)
 - 3=Netral (N)
 - 4=Setuju (S)
 - 5=Sangat Setuju (SS)

1. Sertifikasi Halal

No	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Terdapat logo halal dalam kemasan produk makanan adalah hal yang penting					
2	Sertifikasi halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan					
3	Saya akan berhati-hati ketika memilih produk dengan logo halal					
4	Saya akan tetap membeli produk dari negara lain yang berlogo halal					
5	Saya mengetahui bahwa beberapa produk mendapat sertifikasi halal dari negara lain					

6	Saya merasa aman mengkonsumsi produk berlogo halal					
7	Saya tidak ragu untuk mengkonsumsi makanan berlogo halal					
8	Saya lebih memilih produk makanan berlogo halal dari pada produk yang tidak memiliki logo halal					

2. Religiusitas

No	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya percaya akan keberadaan dan ke-Esaan ALLAH SWT					
2	Saya percaya makanan halal diwajibkan oleh agama saya					
3	Sebelum makan saya selalu berdoa					
4	Saya mengucapkan rasa syukur kepada allah swt Setelah mengerjakan sesuatu					
5	Saya tidak pernah meninggalkan shalat meskipun di tengah kesibukan saya					
6	Saya selalu berusaha mengikutiaturan agama Islam dalam memilih produk makanan halal					
7	Saya aktif mengikuti kegiatan sosial keagamaan					
8	Saya merasa nyaman ketika memilih makanan sesuai dengan hukum islam					
9	Jika saya memperoleh rezeki lebih maka saya akan menyisihkannya untuk bersedekah kepada orang lain					
10	Mengkonsumsi makanan halal menjadikan saya pribadi jujur dan adil dengan orang lain					

3. Bahan makanan

No	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Penggunaan istilah yang mudah dipahami terhadap bahan-bahan yang terkandung pada produk mempengaruhi niat beli					
2	Informasi kandungan/komposisi bahan yang ada dalam pelabelan makanan adalah sangat Penting					
3	Saya selalu sadar dengan komposisi atau bahan-bahan yang digunakan dalam membuat produk makanan					
4	Sebuah istilah kompleks yang digunakan untuk menggambarkan suatu bahan pada produk sulit untuk dimengerti					
5	Saya tidak akan membeli bahan-bahan makanan yang asing atau mencurigakan Kehalalannya					
6	Bahan-bahan yang dipakai dalam suatu produk mencerminkan keamanan dan kualitas produk halal					
7	Keakraaban terhadap bahan produk mempengaruhi niat beli					
8	Mengetahui bahwa beberapa produk makanan adiktif mengandung bahan-bahan tidak halal					

4. Minat beli konsumen

No	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Memilih untuk membeli produk halal adalah ide yang bagus					
2	Saya akan tetap Membeli produk bersertifikat 'Halal' meskipun merk tersebut tidak terlalu populer					
3	Saya Tertarik membeli makanan halal					
4	Saya akan merekomendasikan teman saya untuk					

	membeli produk makanan halal					
5	Saya akan merekomendasikan produk makanan halal kepada orang lain					
6	Saya akan membeli makanan halal sesuai kebutuhan saya					
7	Teman-teman saya juga berpikir bahwa saya harus memilih produk makanan halal					
8	Saya suka memilih makanan halal					

LAMPIRAN 2

Data Responden

Responden	Jurusan	Angkatan	Usia
1	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
2	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
3	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
4	S1 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
5	S1 Akuntansi Syariah	2017	21-23 Tahun
6	S1 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
7	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
8	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
9	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
10	S1 Ekonomi Islam	2018	21-23 Tahun
11	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
12	S1 Perbankan Syariah	2019	18-20 Tahun
13	S1 Ekonomi Islam	2018	18-20 Tahun
14	S1 Manajemen	2019	21-23 Tahun
15	S1 Akuntansi Syariah	2017	21-23 Tahun
16	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
17	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
18	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
19	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
20	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
21	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
22	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
23	S1 Akuntansi Syariah	2017	21-23 Tahun

24	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
25	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
26	S1 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
27	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
28	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
29	S1 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
30	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
31	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
32	S1 Perbankan Syariah	2018	18-20 Tahun
33	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
34	S1Akuntansi Syariah	2017	21-23 Tahun
35	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
36	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
37	S1 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
38	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
39	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
40	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
41	S1 Ekonomi Islam	2017	> 24 Tahun
42	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
43	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
44	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
45	S1 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
46	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
47	S1 Ekonomi Islam	2017	>24 Tahun
48	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
49	S1 Ekonomi Islam	2018	18-20 Tahun
50	S1 Perbankan Syariah	2019	18-20 Tahun
51	S1Akuntansi Syariah	2019	18-20 Tahun
52	S1 Manajemen	2018	18-20 Tahun
53	S1Akuntansi Syariah	2017	21-23 Tahun
54	S1 Ekonomi Islam	2017	> 24 Tahun
55	S1Akuntansi Syariah	2018	18-20 Tahun
56	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
57	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
58	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
59	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
60	S1Akuntansi Syariah	2017	> 24 Tahun
61	S1Akuntansi Syariah	2019	21-23 Tahun
62	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
63	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
64	S1 Perbankan Syariah	2019	18-20 Tahun

65	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
66	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
67	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
68	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
69	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
70	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
71	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
72	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
73	D3 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
74	S1 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
75	S1 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
76	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
77	S1 Ekonomi Islam	2018	21-23 Tahun
78	S1 Perbankan Syariah	2017	21-23 Tahun
79	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
80	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
81	S1 Perbankan Syariah	2018	18-20 Tahun
82	S1 Akuntansi Syariah	2017	21-23 Tahun
83	S1 Manajemen	2017	21-23 Tahun
84	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
85	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
86	S1 Ekonomi Islam	2018	18-20 Tahun
87	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
88	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
89	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
90	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
91	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
92	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
93	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
94	S1 Perbankan Syariah	2018	21-23 Tahun
95	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
96	S1 Akuntansi Syariah	2018	21-23 Tahun
97	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
98	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun
99	S1 Ekonomi Islam	2018	21-23 Tahun
100	S1 Ekonomi Islam	2017	21-23 Tahun

Tabulasi Hasil Pengisian Kuisisioner 100 Responden

Sertifikasi Halal (X1)

Responden	Sertifikasi Halal (X1)								
	SH11	SH12	SH13	SH14	SH15	SH16	SH17	SH18	Jumlah
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	4	5	5	3	5	4	5	36
4	4	4	4	3	4	3	4	4	30
5	4	4	3	4	3	3	4	3	28
6	4	4	3	3	3	5	4	3	29
7	5	5	5	4	2	5	5	5	36
8	5	4	4	3	3	5	4	4	32
9	5	5	3	5	5	5	5	3	36
10	3	3	4	4	4	4	3	4	29
11	5	5	4	4	3	5	5	4	35
12	4	4	3	4	3	3	4	3	28
13	3	5	4	4	4	3	5	4	32
14	5	3	5	4	4	5	3	5	34
15	4	5	3	4	4	4	5	3	32
16	5	5	4	3	3	5	5	4	34
17	5	5	2	4	2	5	5	2	30
18	5	5	5	4	4	5	5	5	38
19	4	4	4	3	3	5	4	4	31
20	5	5	5	5	4	5	5	5	39
21	5	5	4	4	2	5	5	4	34
22	5	4	5	4	4	4	4	5	35
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	5	5	5	5	4	5	5	5	39
25	5	4	3	5	5	5	4	3	34
26	5	5	5	1	5	5	5	5	36
27	5	5	4	4	3	5	5	4	35
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	5	5	5	5	5	4	5	5	39
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	4	4	3	3	4	4	4	3	29
32	5	5	5	5	4	5	5	5	39
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	4	4	5	5	5	4	37

36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	5	5	5	3	4	5	5	5	37
38	3	3	3	2	2	3	3	3	22
39	5	4	5	4	3	4	4	5	34
40	2	2	2	2	2	2	2	2	16
41	5	4	5	5	4	5	4	5	37
42	3	4	3	3	3	3	4	3	26
43	5	5	4	4	4	4	5	4	35
44	5	4	4	5	4	4	4	4	34
45	5	5	1	5	5	5	5	1	32
46	5	5	5	4	4	5	5	5	38
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	2	3	3	1	4	2	3	3	21
50	5	5	5	4	4	5	5	5	38
51	5	5	5	5	4	5	5	5	39
52	5	5	4	5	3	5	5	4	36
53	5	5	5	5	4	4	5	5	38
54	5	4	5	5	5	5	4	5	38
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	5	5	4	4	4	5	5	4	36
58	5	5	5	4	3	3	5	5	35
59	5	5	5	4	3	5	5	5	37
60	5	5	4	5	4	5	5	4	37
61	5	4	4	4	4	4	4	4	33
62	5	2	5	3	5	3	2	5	30
63	5	3	5	4	5	4	3	5	34
64	5	4	5	5	5	3	4	5	36
65	5	4	5	2	5	4	4	5	34
66	5	5	5	3	5	5	5	5	38
67	5	5	5	4	5	4	5	5	38
68	5	5	4	5	5	5	5	4	38
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	5	5	4	5	5	5	5	4	38
71	5	5	5	5	5	4	5	5	39
72	5	5	4	4	5	5	5	4	37
73	3	4	4	4	3	1	4	4	27
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	4	4	4	4	4	5	4	4	33
76	2	5	5	5	4	5	5	5	36

77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	4	4	4	4	4	3	4	4	31
80	4	5	4	5	5	5	5	4	37
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	5	4	5	3	4	4	4	5	34
83	5	3	5	5	5	5	3	5	36
84	5	4	4	4	4	4	4	4	33
85	5	5	4	4	4	4	5	4	35
86	5	3	4	4	4	4	3	4	31
87	3	4	3	3	3	3	4	3	26
88	1	5	4	4	4	4	5	4	31
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	5	4	5	4	5	4	4	5	36
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	2	2	3	4	4	5	2	3	25
93	4	5	4	5	4	4	5	4	35
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	4	3	2	4	3	2	3	2	23
96	5	5	5	5	4	5	5	5	39
97	3	4	5	5	5	5	4	5	36
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40
99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
100	3	3	4	4	4	4	3	4	29

Tabulasi Hasil Pengisian Kuisisioner 100 Responden

Religiusitas (X2)

Responden	<i>Religiusitas (X2)</i>										
	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	Jumlah
1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
2	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	44
3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32
6	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	41
7	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	47

8	5	5	5	4	4	4	3	5	4	3	42
9	5	5	3	5	3	5	3	5	4	5	43
10	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	33
11	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	45
12	4	3	5	4	3	3	4	4	3	4	37
13	4	5	5	3	5	4	5	3	4	5	43
14	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	37
15	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	39
18	4	3	3	3	3	2	2	2	4	4	30
19	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
20	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	39
21	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	47
24	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	45
25	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
26	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
27	5	5	4	4	5	5	2	5	4	5	44
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
30	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
31	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	34
32	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
33	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
34	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
35	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
36	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	47
37	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	43
38	5	5	4	3	3	4	3	4	3	5	39
39	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4	40
40	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	43
41	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	44
42	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	45
43	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	47
44	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
45	5	5	5	4	2	5	1	5	5	3	40
46	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	44
47	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	44
48	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40

49	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	45
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
52	5	3	5	3	5	4	5	4	5	4	43
53	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5	44
54	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	42
55	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	44
56	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
57	5	4	5	3	3	3	3	3	3	2	34
58	4	4	4	4	3	4	3	3	3	5	37
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
61	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	46
62	4	5	3	3	4	5	4	5	4	5	42
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	34
65	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	33
66	4	5	2	3	4	4	4	4	4	4	38
67	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
68	5	5	4	5	5	5	2	1	5	5	42
69	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
70	4	4	4	5	2	4	4	2	4	3	36
71	5	3	3	3	3	5	4	4	4	4	38
72	5	4	4	3	3	3	3	2	2	2	31
73	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	39
74	5	5	5	4	4	5	3	2	1	1	35
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
77	5	5	3	5	5	3	3	3	3	4	39
78	5	1	2	2	2	5	3	3	5	3	31
79	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	40
80	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45
81	4	3	2	2	2	2	2	1	3	3	24
82	4	5	3	3	3	3	3	2	2	5	33
83	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
85	4	3	3	3	4	4	4	4	2	1	32
86	4	5	3	5	3	5	5	1	5	1	37
87	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	39
88	4	3	5	5	5	5	5	3	3	3	41
89	5	4	4	4	1	1	2	2	4	5	32

90	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
91	2	5	3	3	3	4	6	5	7	3	41
92	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	35
93	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	46
94	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
95	2	3	3	5	2	5	4	4	4	4	36
96	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	38
97	5	2	4	3	5	2	4	3	4	2	34
98	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	36
99	4	3	4	2	2	2	3	4	3	5	32
100	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	33

Tabulasi Hasil Pengisian Kuisisioner 100 Responden

Bahan Makanan (X3)

Responden	Bahan Makanan (X3)								
	BM1	BM2	BM3	BM4	BM5	BM6	BM7	BM8	Jumlah
1	5	5	5	5	5	5	5	4	39
2	5	5	5	5	5	5	5	4	39
3	5	5	4	3	5	4	4	4	34
4	4	4	4	3	4	3	4	4	30
5	3	3	4	4	3	4	3	2	26
6	4	5	3	3	4	5	4	3	31
7	4	5	5	5	4	4	5	2	34
8	4	4	4	4	4	4	4	2	30
9	5	5	5	5	5	5	4	3	37
10	5	4	5	4	4	4	3	4	33
11	5	5	3	3	5	4	5	5	35
12	4	3	3	4	3	4	3	4	28
13	4	4	3	5	4	4	4	3	31
14	3	3	4	4	4	4	4	4	30
15	4	4	3	3	3	4	4	4	29
16	5	5	3	3	5	5	3	4	33
17	4	5	5	3	4	5	4	4	34
18	4	4	4	4	5	4	4	4	33
19	4	4	4	3	4	3	5	3	30

20	5	5	5	4	5	5	3	2	34
21	5	5	3	4	5	5	4	2	33
22	4	3	4	4	3	4	4	1	27
23	4	4	4	4	4	4	5	3	32
24	4	4	3	4	4	3	4	5	31
25	5	4	2	5	3	5	4	4	32
26	5	5	5	1	5	5	3	4	33
27	4	5	3	5	5	5	4	3	34
28	5	5	5	5	5	5	5	2	37
29	5	4	4	4	4	5	5		31
30	5	5	4	4	4	4	5	4	35
31	3	4	3	3	4	4	3	5	29
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	5	3	4	4	4	5	3	5	33
34	4	5	4	4	5	4	5	5	36
35	4	5	4	3	5	4	3	5	33
36	5	5	5	5	5	5	4	5	39
37	5	5	4	4	4	5	4	4	35
38	3	3	3	5	3	4	3	4	28
39	5	4	4	4	3	4	5	4	33
40	5	5	5	5	5	5	5	4	39
41	5	5	5	5	5	5	5	4	39
42	5	5	4	4	5	5	5	4	37
43	4	4	4	4	4	5	5	4	34
44	5	5	5	5	5	5	5	4	39
45	5	4	5	5	5	5	5	4	38
46	4	4	4	3	4	5	4	4	32
47	5	4	4	4	4	4	4	4	33
48	4	5	4	5	5	5	4	4	36
49	5	4	4	4	4	5	5	4	35
50	4	5	5	5	5	5	5	4	38
51	4	5	4	4	3	5	5	4	34
52	4	5	5	5	3	2	5	4	33
53	5	5	5	5	4	5	5	4	38
54	5	3	5	5	4	5	4	4	35
55	5	3	4	5	5	5	5	4	36
56	2	4	4	3	5	5	4	4	31
57	3	5	4	5	3	5	3	3	31
58	3	4	5	5	4	3	3	3	30
59	3	5	5	5	5	5	5	3	36
60	4	5	4	5	5	5	5	4	37

61	4	5	4	5	4	5	5	4	36
62	4	5	5	5	5	5	4	4	37
63	5	4	4	4	4	4	5	4	34
64	3	3	4	4	4	4	3	4	29
65	1	3	5	3	4	4	3	4	27
66	3	5	5	5	4	5	4	4	35
67	5	5	4	5	5	5	5	4	38
68	4	5	5	5	4	5	5	4	37
69	5	4	5	5	5	5	4	4	37
70	5	5	5	5	5	5	4	4	38
71	5	5	5	5	5	5	4	4	38
72	2	4	4	4	4	4	2	4	28
73	3	3	3	3	3	3	5	4	27
74	4	2	2	2	2	3	1	4	20
75	4	5	5	5	5	5	4	4	37
76	4	4	4	4	4	4	5	4	33
77	4	5	5	5	5	5	3	4	36
78	4	4	4	4	4	5	5	4	34
79	4	4	4	4	4	4	3	4	31
80	4	5	5	5	5	5	5	4	38
81	2	2	2	2	2	2	3	4	19
82	3	4	4	4	4	4	2	4	29
83	1	2	2	2	3	3	4	4	21
84	3	3	4	4	4	4	5	4	31
85	2	3	3	3	3	3	2	4	23
86	4	4	4	4	4	4	5	4	33
87	5	4	5	4	4	5	4	4	35
88	4	3	3	3	3	5	3	4	28
89	4	5	5	5	3	4	4	4	34
90	4	3	3	3	2	1	4	4	24
91	4	5	5	4	5	4	7	4	38
92	4	5	3	3	3	3	4	4	29
93	5	5	2	2	5	1	5	4	29
94	3	3	3	5	4	3	4	4	29
95	3	5	5	5	5	5	4	4	36
96	4	5	4	5	4	5	3	4	34
97	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98	4	5	5	5	5	5	4	4	37
99	2	3	3	3	4	4	3	4	26
100	3	4	4	5	5	5	4	4	34

Tabulasi Hasil Pengisian Kuisisioner 100 Responden

Minat Beli (Y)

Responden	Minat Beli (Y)								
	MB1	MB2	MB3	MB4	MB5	MB6	MB7	MB8	Jumlah
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	4	5	5	5	5	5	5	39
3	5	5	5	5	5	5	3	5	38
4	4	3	4	4	4	4	3	4	30
5	3	4	4	4	3	4	4	3	29
6	5	4	5	5	4	4	3	4	34
7	5	4	5	5	5	5	5	4	38
8	5	3	4	4	4	5	4	4	33
9	5	5	5	5	4	4	5	5	38
10	3	4	4	4	4	4	4	4	31
11	5	4	5	5	5	5	3	5	37
12	4	4	3	5	3	4	4	3	30
13	5	4	4	4	3	4	5	4	33
14	4	4	3	4	3	4	4	4	30
15	4	3	4	4	4	4	3	3	29
16	4	4	4	4	5	5	3	5	34
17	5	5	5	5	5	5	3	4	37
18	5	5	5	5	4	5	4	5	38
19	5	4	5	4	4	4	3	4	33
20	2	4	4	4	4	4	4	5	31
21	5	5	5	5	5	5	4	5	39
22	5	5	5	4	4	5	4	3	35
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	5	4	5	3	3	4	5	3	32
26	5	3	5	4	3	5	1	5	31
27	5	4	5	4	4	5	5	5	37
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	4	5	5	5	5	4	4	37
30	4	4	5	5	4	5	4	4	35
31	4	3	3	3	3	3	3	4	26
32	4	4	3	4	4	4	5	5	33
33	3	3	3	3	3	3	4	4	26

34	5	5	5	5	5	4	4	5	38
35	5	4	5	4	4	5	3	5	35
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	4	4	4	4	5	4	4	4	33
38	4	3	5	3	3	4	5	3	30
39	5	5	4	4	4	4	4	3	33
40	2	2	2	2	2	2	5	5	22
41	3	3	4	4	4	4	5	5	32
42	1	4	4	4	4	4	4	5	30
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	3	3	4	4	4	5	5	5	33
45	4	5	5	1	2	5	5	5	32
46	4	3	4	4	4	5	3	4	31
47	4	5	4	4	5	5	4	4	35
48	4	5	5	4	5	4	5	5	37
49	5	5	5	5	4	4	4	4	36
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	3	4	4	4	4	5	4	3	31
52	5	5	4	3	4	4	5	3	33
53	4	5	5	5	4	4	5	4	36
54	2	5	5	5	5	5	5	4	36
55	4	5	5	4	5	5	5	5	38
56	4	5	5	5	5	3	3	5	35
57	4	5	5	5	5	5	5	3	37
58	4	5	5	4	5	5	5	4	37
59	4	4	5	4	5	5	5	5	37
60	4	5	5	5	5	4	5	5	38
61	5	3	2	4	4	4	5	4	31
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	3	2	2	2	2	1	4	4	20
64	4	5	5	5	5	5	4	4	37
65	4	2	3	3	3	3	3	4	25
66	4	5	4	5	5	4	5	4	36
67	4	4	4	4	4	4	5	5	34
68	4	5	5	5	5	5	5	4	38
69	3	5	5	5	5	5	5	5	38
70	4	4	3	4	4	4	5	5	33
71	3	2	2	1	4	4	5	5	26
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	5	5	5	5	5	3	3	35
74	5	4	4	4	4	4	2	2	29

75	4	2	5	3	5	4	5	5	33
76	4	5	4	4	4	4	4	4	33
77	4	3	3	4	4	4	5	5	32
78	5	5	5	5	5	5	4	4	38
79	5	5	5	5	5	5	4	4	38
80	4	5	5	5	5	5	5	5	39
81	4	5	5	5	5	5	2	2	33
82	4	5	5	5	5	5	4	4	37
83	4	4	4	4	4	5	2	3	30
84	4	5	5	4	4	4	4	4	34
85	4	5	5	5	5	5	3	3	35
86	5	5	3	3	3	1	4	4	28
87	5	4	4	4	4	4	4	4	33
88	4	5	5	5	5	5	3	3	35
89	4	5	4	4	4	5	5	3	34
90	5	3	3	4	4	4	3	2	28
91	3	4	4	4	4	5	4	5	33
92	5	5	5	5	5	5	3	3	36
93	5	3	3	3	4	4	2	5	29
94	4	5	5	4	4	4	5	4	35
95	4	5	4	4	5	5	5	5	37
96	4	2	5	5	3	5	5	4	33
97	5	4	4	4	4	5	4	4	34
98	5	4	5	1	1	1	5	5	27
99	4	4	3	3	4	4	3	4	29
100	4	4	4	4	5	4	5	5	35

LAMPIRAN 3

Hasil Uji Kualitas Data

1. Sertifikasi Halal (X₁)

a) Uji Validitas Sertifikasi Halal

Correlations									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1 Pearson Correlation	1	.545**	.452**	.273**	.278**	.391**	.166	.256*	.716**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.005	.000	.099	.010	.000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2 Pearson Correlation	.545**	1	.385**	.339**	.190	.354**	.081	.181	.642**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.058	.000	.422	.072	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3 Pearson Correlation	.452**	.385**	1	.447**	.504**	.284**	-.025	-.003	.624**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.004	.807	.975	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4 Pearson Correlation	.273**	.339**	.447**	1	.470**	.354**	-.036	.047	.586**
Sig. (2-tailed)	.006	.001	.000		.000	.000	.724	.643	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5 Pearson Correlation	.278**	.190	.504**	.470**	1	.292**	.049	.085	.596**
Sig. (2-tailed)	.005	.058	.000	.000		.003	.632	.402	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6 Pearson Correlation	.391**	.354**	.284**	.354**	.292**	1	.109	.126	.631**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.003		.282	.213	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7 Pearson Correlation	.166	.081	-.025	-.036	.049	.109	1	.439**	.419**
Sig. (2-tailed)	.099	.422	.807	.724	.632	.282		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8 Pearson Correlation	.256*	.181	-.003	.047	.085	.126	.439**	1	.476**
Sig. (2-tailed)	.010	.072	.975	.643	.402	.213	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	.716**	.642**	.624**	.586**	.596**	.631**	.419**	.476**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

b) Uji Reliabilitas Sertifikasi Halal

Case Processing Summary

	N	%
--	---	---

Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	8

2. Religiusitas (X₂)

a) Uji Validitas Religiusitas

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.062	.161	.114	.071	.073	.075	.088	.179	.114	.331**
	Sig. (2-tailed)		.541	.111	.257	.481	.470	.460	.384	.074	.260	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.062	1	.344**	.373**	.235*	.221*	.016	.023	.093	.203*	.484**
	Sig. (2-tailed)	.541		.000	.000	.019	.027	.871	.818	.360	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.161	.344**	1	.257**	.335**	.219*	.064	.110	.054	.077	.482**
	Sig. (2-tailed)	.111	.000		.010	.001	.029	.524	.276	.595	.449	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.114	.373**	.257**	1	.271**	.303**	.143	.027	.242*	.120	.520**
	Sig. (2-tailed)	.257	.000	.010		.006	.002	.156	.786	.015	.234	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.071	.235*	.335**	.271**	1	.205*	.274**	.195	.336**	.053	.572**
	Sig. (2-tailed)	.481	.019	.001	.006		.041	.006	.051	.001	.602	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.073	.221*	.219*	.303**	.205*	1	.151	.362**	.272**	.353**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.470	.027	.029	.002	.041		.133	.000	.006	.000	.000

N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.075	.016	.064	.143	.274**	.151	1	.273**	.291**	.106	.463**
	Sig. (2-tailed)	.460	.871	.524	.156	.006	.133		.006	.003	.295	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.088	.023	.110	.027	.195	.362**	.273**	1	.324**	.266**	.527**
	Sig. (2-tailed)	.384	.818	.276	.786	.051	.000	.006		.001	.007	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.179	.093	.054	.242*	.336**	.272**	.291**	.324**	1	.324**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.074	.360	.595	.015	.001	.006	.003	.001		.001	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.114	.203*	.077	.120	.053	.353**	.106	.266**	.324**	1	.547**
	Sig. (2-tailed)	.260	.043	.449	.234	.602	.000	.295	.007	.001		.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_ X2	Pearson Correlation	.331*	.484**	.482**	.520**	.572**	.628**	.463**	.527**	.618**	.547**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

b) Uji Reliabilitas *Religiusitas*

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	10

3. Bahan Makanan (X₃)

a) Uji Validitas Bahan Makanan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.503**	.310**	.386**	.318**	.452**	.398**	.058	.632**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.001	.000	.000	.569	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.503**	1	.618**	.520**	.590**	.487**	.515**	.144	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.154	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.310**	.618**	1	.553**	.557**	.496**	.412**	.182	.752**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.070	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.386**	.520**	.553**	1	.527**	.510**	.461**	.233*	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.318**	.590**	.557**	.527**	1	.437**	.533**	.300**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.452**	.487**	.496**	.510**	.437**	1	.209*	.077	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.037	.444	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.398**	.515**	.412**	.461**	.533**	.209*	1	.180	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.037		.073	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.058	.144	.182	.233*	.300**	.077	.180	1	.373**
	Sig. (2-tailed)	.569	.154	.070	.020	.002	.444	.073		.000

N		100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_	Pearson Correlation	.632**	.799**	.752**	.776**	.776**	.675**	.686**	.373**	1
X3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

b) Uji Reliabilitas Bahan Makanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	8

4. Minat Beli (Y)

a) Uji Validitas Minat Beli

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total_Y
Y.1 Pearson Correlation	1	.381**	.501**	.391**	.195	.242*	.285**	.122	.585**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.052	.015	.004	.228	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2 Pearson Correlation	.381**	1	.691**	.631**	.626**	.411**	.265**	.245*	.798**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.008	.014	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y.3	Pearson Correlation	.501**	.691**	1	.668**	.622**	.580**	.259**	.147	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.009	.144	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.391**	.631**	.668**	1	.599**	.483**	.134	.181	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.183	.071	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.195	.626**	.622**	.599**	1	.594**	.106	.185	.713**
	Sig. (2-tailed)	.052	.000	.000	.000		.000	.292	.065	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.242*	.411**	.580**	.483**	.594**	1	.030	.056	.600**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000	.000	.000		.765	.581	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.285**	.265**	.259**	.134	.106	.030	1	.230*	.511**
	Sig. (2-tailed)	.004	.008	.009	.183	.292	.765		.021	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.122	.245*	.147	.181	.185	.056	.230*	1	.450**
	Sig. (2-tailed)	.228	.014	.144	.071	.065	.581	.021		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.585**	.798**	.827**	.758**	.713**	.600**	.511**	.450**	1
al_	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
Y	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

b) Uji Reliabilitas Minat Beli

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0

Total	100	100.0
-------	-----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	8

Lampiran 5

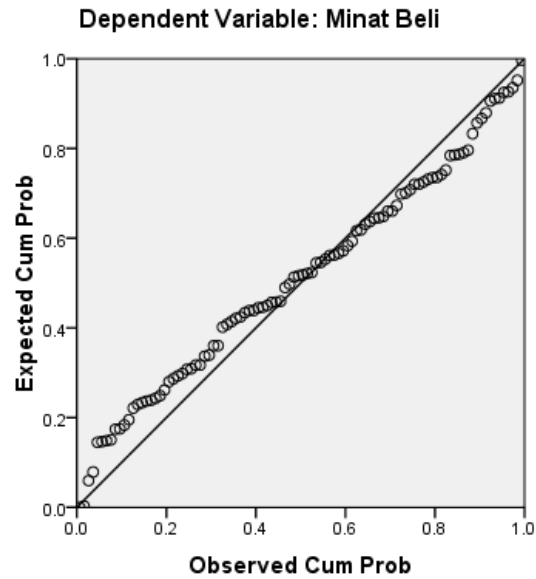
Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.61866590
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.080
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		1.012
Asymp. Sig. (2-tailed)		.257
a. Test distribution is Normal.		

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Uji Multikolinearitas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bahan Makanan, Religiusitas, Sertifikas Halal ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat Beli

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.500	3.473		3.311	.001		
Sertifikas Halal	.211	.075	.248	2.818	.006	.917	1.090

Religiusitas	.357	.077	.401	4.643	.000	.953	1.049
Bahan Makanan	.160	.066	.210	2.437	.017	.953	1.049

a. Dependent Variable: Minat Beli

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Sertifikas Halal	Religiusitas	BahanMakanan
1	1	3.942	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.029	11.669	.00	.02	.26	.65
	3	.021	13.732	.02	.92	.23	.05
	4	.008	22.010	.98	.06	.51	.29

a. Dependent Variable: Minat Beli

3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.980	2.398		3.328	.001
	X1	-.072	.052	-.140	-1.404	.164
	X2	.029	.053	.054	.550	.583
	X3	-.136	.045	-.295	-3.010	.103

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 6

Hasil Pengujian Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.319	.297	3.67477

a. Predictors: (Constant), Bahan Makanan, Religiusitas, SertifikasiHalal

2. Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	606.210	3	202.070	14.964	.000 ^a
Residual	1296.380	96	13.504		
Total	1902.590	99			

a. Predictors: (Constant), Bahan Makanan, Religiusitas, Sertifikas Halal

b. Dependent Variable: Minat Beli

3. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.500	3.473		3.311	.001
Sertifikas Halal	.211	.075	.248	2.818	.006
Religiusitas	.357	.077	.401	4.643	.000

Bahan Makanan	.160	.066	.210	2.437	.017
---------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Minat Beli

Lampiran 7

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bahan Makanan, Religiusitas, Sertifikas Halal ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat Beli

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.319	.297	3.67477

a. Predictors: (Constant), Bahan Makanan, Religiusitas, Sertifikas Halal

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	606.210	3	202.070	14.964	.000 ^a
	Residual	1296.380	96	13.504		
	Total	1902.590	99			

a. Predictors: (Constant), Bahan Makanan, Religiusitas, Sertifikas Halal

b. Dependent Variable: Minat Beli

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.500	3.473		3.311	.001		

Sertifikas Halal	.211	.075	.248	2.818	.006	.917	1.090
Religiusitas	.357	.077	.401	4.643	.000	.953	1.049
Bahan Makanan	.160	.066	.210	2.437	.017	.953	1.049

a. Dependent Variable: Minat Beli

Daftar Riwayat Hidup

Nama : Inarotul Ulya

Tempat Tanggal Lahir : Pati, 10 April 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat :Dukuh Pondok Tanjunganom RT 06 RW 05 Kecamatan Gabus,
Kabupaten Pati, Jawa Tengah

Nama Ayah : Munaji

Nama Ibu : Nur Hayati

Pendidikan :

1. Mi Tar-is Tanjunganom (Lulus Tahun 2011)
2. MTS Tar-isTanjunganom (Lulus Tahun 2014)
3. MA Salafiyah Kajen (Lulus Tahun 2017)
4. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Walisono Semarang Angkatan 2017

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang,15 Desember 2021

Penulis,

Inarotul Ulya

NIM. 1705026089