

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian (RPH Kota Semarang)

Rumah potong hewan (RPH) Kota Semarang adalah bangunan yang di sediakan oleh pemerintah Kota Semarang untuk pengusaha hewan potong untuk tempat memotong sekaligus budi daya hewan ternak seperti (sapi, kambing, babi dan ayam).⁷² RPH Kota Semarang didirikan sejak tahun 1981 yang berkedudukan dan berkantor saat ini di jalan Majapahit km. 11 Penggaron Kidul, Kecamatan Pedurungan Kota Semarang dengan nomor telepon (024) 6704619 Fax 6704619.

RPH Kota Semarang salah satu perusahaan daerah Kota Semarang sesuai dengan Perda No 5 tahun 2006, tanggal 5 Juli 2006 yang bertujuan melayani dan menyediakan akan daging sehat dan hygenis bagi masyarakat dan sebagai sumber pendapatan daerah serta sebagai sarana pengembangan perekonomian masyarakat dalam rangka pembangunan daerah yang terutama meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dibidang jasa dan penyediaan tempat pemotongan hewan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan daging yang aman, sehat, utuh halal dan bermutu, serta mengembangkan lapangan usaha yang berkaitan dengan pelayanan dibidang jasa pemotongan. Sehingga fungsi sosial terhadap masyarakat lebih menonjol dari pada

⁷² Organisasi Dan Tata Kerja Perusahaan Daerah Rumah Pemotongan Hewan dan Budi Daya Hewan Potong Kota Semarang

sebagai perusahaan yang bertujuan untuk mencari laba semata, akan tetapi tidak menutup kemungkinan akan berusaha kearah perusahaan yang *profitable*.

Fasilitas-fasilitas yang dimiliki Rumah Potong Hewan Kota Semarang⁷³ :

1. Ruang Lingkup dan Fungsi
 - a. Penyediaan tempat pemotongan hewan
 - b. Penyediaan hewan potong
 - c. Pengembangan usaha-usaha lain yang sejenis :
 1. Penyediaan pupuk organik sudah dilaksanakan
 2. Penyediaan pupuk cair sudah dilaksanakan namun belum optimal
 3. Penjualan daging pernah dijalankan namun statis dan akhirnya berhenti
 4. Jasa penggilingan bakso belum dijalankan
 5. Penyediaan kios-kios daging

Fungsi

- a. Pelayanan pemotongan hewan sapi
- b. Pelayanan pemotongan hewan babi
- c. Pelayanan pemotongan hewan kambing
- d. Pelayanan penyediaan sapi potong
- e. Pelayanan penyediaan ayam potong

⁷³ Selayang Pandang Perusda RPH & BHP Kota Semarang

2. Sarana dan Prasarana

1. Gedung dan Bangunan

Luas tanah : 49.816,99 m²

Luas bangunan : 4.766,77 m²

Fasilitas Listrik : PLN 30 KVA

: Generator Set 200 KVA

Fasilitas Pengolah Limbah (UPL) : Type Alir Proses

Fasilitas Air Bersih : Sumur Artetis 2 buah

: Sumur Gali Besar 2 buah, untuk :
pemotongan sapi dan babi

: Sumur Gali Kecil 4 buah, untuk :

a. Kandang sapi 2 buah

b. Kandang babi 2 buah

c. Fasilitas Pemotongan

1. Sapi

a. Kandang transit sapi berkapasitas 300 ekor

b. Peralatan lier/kerekan elektrik pemotongan sapi
sebanyak 9 unit

c. Peralatan lier/kerekan manual pemotongan sapi sebanyak
9 unit

d. Timbangan sapi hidup berkapasitas 1000 kg sebanyak 1
unit

e. Freezer 1 unit

2. Babi

- a. Kandang transit babi kapasitas 250 ekor
- b. Peralatan lier/kerekan manual pemotongan babi sebanyak 1 unit
- c. Timbangan karkas kapasitas 250 kg sebanyak 1 unit
- d. Freezer 1 unit

4.1.2 Prospek, Visi, Misi, dan Filosofi RPH Kota Semarang

Jasa pelayanan pemotongan hewan sebagai usaha utama yang bersifat pelayanan sosial (melindungi konsumen daging) dan usaha budidaya hewan potong sebagai produk penunjang, dihadapkan pada kebutuhan pelayanan yang kompleks dan mahal sumberdaya.

Dunia masa depan yang sarat dengan perubahan-perubahan, dimana persaingan akan semakin tajam, oleh karena itu customer focus adalah merupakan jawaban dari RPH Kota Semarang. Atas dasar pemikiran tersebut diatas, sudah saatnya dilakukan upaya perbaikan pelayanan dan peningkatan produksi budidaya hewan potong yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis.

Visi : RPH Kota Semarang menjadikan BUMD dapat memberikan Kontribusi pada pendapatan asli daerah Kota Semarang yang mandiri, sehat, serta sebagai perusahaan yang *profitable*.

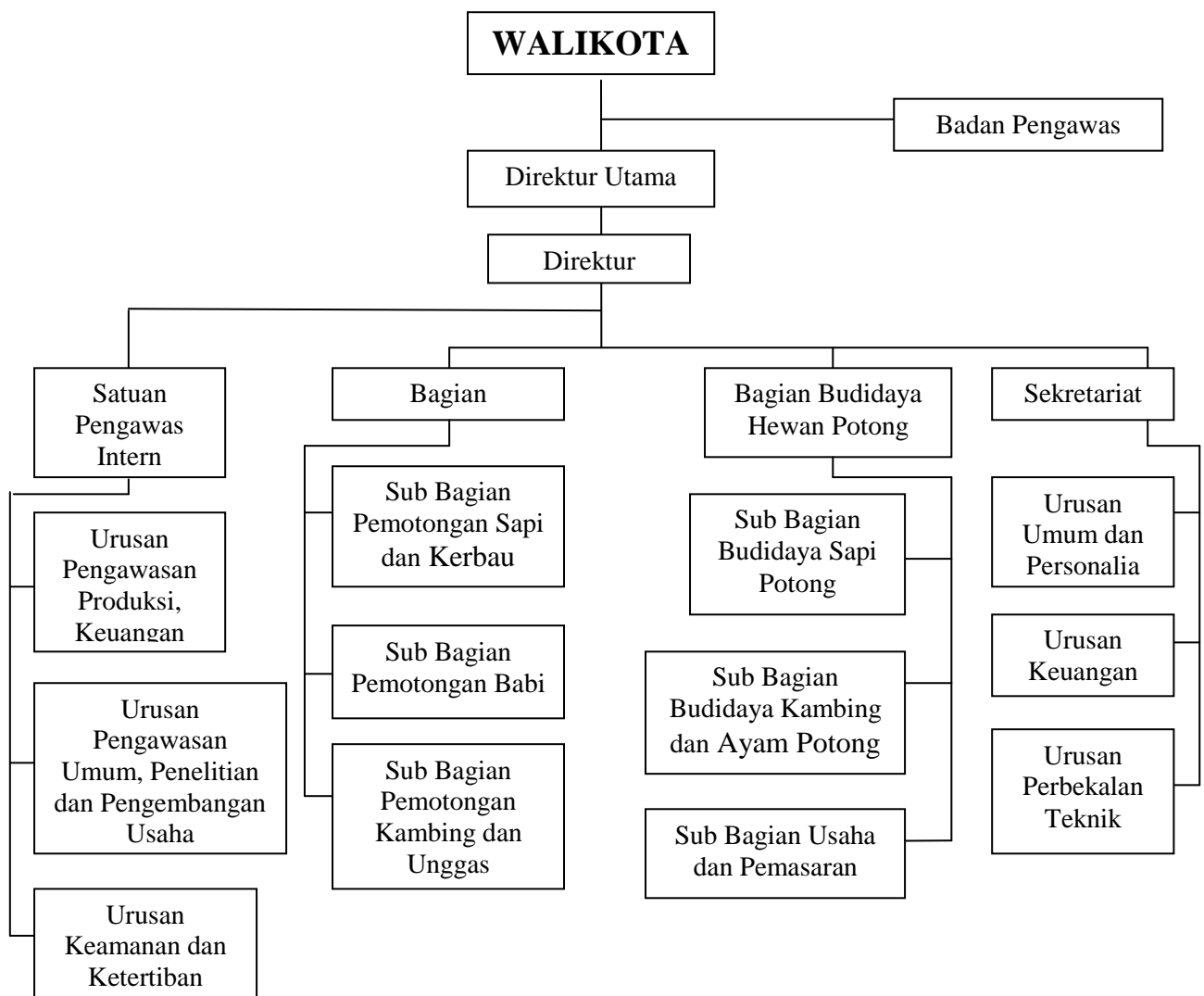
Misi : RPH Kota Semarang meningkatkan pelayanan jasa dan penyediaan hewan potong yang bermutu dan modern sesuai pasar.

Selanjutnya untuk memberikan kepercayaan akan kebenaran misi dalam mencapai visi perlu ditetapkan filosofi yang digunakan sebagai pegangan bersama dan dasar perilaku seluruh anggota organisasi perusahaan. Sedangkan filosofi yang dianut sebagai pegangan dalam menjalankan organisasi perusahaan adalah “dengan landasan kemanusiaan, motivasi, kejujuran, integritas yang tinggi akan mampu meningkatkan produktivitas dan kinerja”.

4.1.3 Struktur Organisasi RPH Kota Semarang

Gambar 4.1

Struktur organisasi Rumah pemotongan Hewan Kota Semarang.



4.2 Deskriptif Data Penelitian dan Responden

4.2.1 Deskriptif Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden yang merupakan konsumen hewan potong di rumah potong hewan Kota Semarang. Pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden, hal ini bertujuan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini.

Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Karena jumlah konsumen yang ada tidak terhingga atau tidak diketahui jumlahnya. Dalam penelitian ini diperoleh data sampel sebanyak 50 sampel.

4.2.2 Deskriptif Data Responden

Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Deskriptif data responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data berdasarkan kriteria meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, dan status. Adapun kriteria tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.2.2.1 Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden dapat disajikan pada table 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	32	64%
Perempuan	18	36%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang sudah diolah, 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin konsumen rumah potong hewan yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin laki-laki sebesar 64% dan perempuan sebesar 36%.

Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

4.2.2.2 Usia

Data mengenai usia responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi lima kategori, yaitu dari umur <20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, dan 40< tahun. Adapun data mengenai umur konsumen hewan potong di RPH Kota

Semarang yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Usia Responden

Umur	Jumlah	Persentase (%)
<20	5	10%
21-30	13	26%
31-40	8	16%
40>	24	48%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang sudah diolah, 2013

Berdasarkan keterangan pada table 4.2 tersebut dapat diketahui tentang usia konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden. Umur responden yang menjadi sampel penelitian ini kebanyakan berkisar 40> tahun, yaitu terdapat sebanyak 24 responden atau 48%, sedangkan yang memiliki umur <20 tahun terdapat 5 responden atau 10%, yang memiliki umur 21-30 tahun terdapat 13 responden atau 26 % dan yang memiliki umur 31-40 tahun sebanyak 8 responden 16%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah berusia 40> tahun.

4.2.2.3 Jenis Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu: PNS/Guru,

Wiraswasta/pedagang, Pegawai swasta/karyawan, dan lain-lain. Adapun data mengenai pekerjaan konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Responden	Persentase (%)
PNS/Guru	1	2%
Wiraswasta/pedagang	35	70%
Pegawai swasta/karyawan	12	24%
Lain-lain	3	6%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang sudah diolah, 2013

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar pekerjaan konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden berprofesi sebagai pegawai swasta/karyawan sebanyak 12 responden atau 24%, PNS/guru sebanyak 1 responden atau 2%, wiraswasta/pedagang sebanyak 35 atau 70%, dan lainnya adalah 3 responden atau 6%. Jadi konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang mayoritas berprofesi sebagai wiraswasta/pedagang sebanyak 70%.

4.2.2.4 Tingkat Pendidikan

Data mengenai pendidikan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi lima kategori, yaitu SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA, Diploma, dan S1. Adapun data

mengenai tingkat pendidikan konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Responden	Persentase (%)
SD/MI	17	34%
SMP/MTs	13	26%
SLTA/MA	14	28%
Diploma	3	6%
S1	3	6%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang sudah diolah, 2013

Dari tabel 4.4 tersebut dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden, yaitu responden yang tamat SD/MI atau sederajat sebanyak 17 responden atau 34%, SMP/MTs sebanyak 13 responden atau 26%, SMA/MA 13 responden atau 26%, Diploma sebanyak 3 responden atau 6% dan Sarjana 3 responden atau 6%.

4.2.2.5 Status

Data mengenai status responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi dua kategori, yaitu menikah dan belum menikah. Adapun data mengenai status konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Status

Status	Responden	Persentase (%)
Menikah	38	76%
Belum Menikah	12	24%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang sudah diolah, 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 dapat diketahui tentang status konsumen rumah potong hewan yang diambil sebagai responden. Status yang paling banyak adalah status nikah sebesar 76% dan belum nikah sebesar 24%.

Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah berstatus nikah.

4.3 Deskriptif Variabel Penelitian

Berdasarkan judul dan perumusan masalah penelitian dimana penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, yakni meliputi sertifikat halal(X), dan minat konsumen(Y). sampel yang diambil data penelitian ini adalah 50 orang konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang. Deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 50 konsumen tersebut hasilnya dapat dijelaskan sebagaimana di bawah ini:

Tanggapan responden terhadap variabel Sertifikat Halal yang dijelaskan melalui lima indikator yaitu; penyembelihan, peralatan, proses

produksi, pengedaran serta penyajian, dan pengawasan. Variabel Minat Konsumen yang dijelaskan dengan tiga indikator yaitu; *Cognitive Component*, *Affective Component*, dan *Behavioral Component* masing-masing indikator terdapat dua pernyataan seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.6

**Tanggapan Responden terhadap Sertifikat Halal dan Minat
Konsumen**

	Indikator	Rekap Jumlah Pertanyaan Terjawab										
		Item	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Sertifikat Halal	Penyembelihan	P1	9	18%	18	36%	8	16%	13	26%	2	4%
		P2	23	46%	24	48%	3	6%	0	0%	0	0%
	Peralatan	P3	21	42%	23	46%	6	12%	0	0%	0	0%
		P4	19	38%	23	46%	3	6%	4	8%	1	2%
	Proses produksi	P5	22	44%	14	28%	9	18%	5	10%	0	0%
		P6	19	38%	21	42%	8	16%	2	4%	0	0%
	Pengedaran dan Penyajian	P7	18	36%	21	42%	7	14%	3	6%	1	2%
		P8	18	36%	18	36%	12	24%	2	4%	0	0%
	Pengawasan	P9	18	36%	12	24%	7	14%	10	20%	3	6%
		P10	10	20%	22	44%	10	20%	6	12%	2	4%
Minat Konsumen	<i>Cognitive Component</i>	P11	24	48%	18	36%	7	14%	1	2%	0	0%
		P12	18	36%	17	34%	15	30%	0	0%	0	0%
	<i>Affective Component</i>	P13	20	40%	23	46%	7	14%	0	0%	0	0%
		P14	18	36%	15	30%	11	22%	6	12%	0	0%
	<i>Behavioral Componen</i>	P15	17	34%	21	42%	5	10%	7	14%	0	0%
		P16	18	36%	12	24%	7	14%	10	20%	3	6%

Sumber : Data Primer yang sudah diolah, 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat tentang tanggapan responden tentang Variabel Sertifikat Halal(X) dan Variabel Minat Konsumen(Y) yaitu:

P1: RPH bersertifikat halal Kota Semarang menggunakan hewan potong yang halal menurut syariat Islam, sebanyak 50 responden, 9 orang atau 18% menyatakan sangat setuju, 18 orang atau 36% menyatakan

setuju, 8 orang atau 16% menyatakan netral, 13 orang atau 26% menyatakan tidak setuju dan 2 orang atau 4% sangat tidak setuju.

- P2: RPH bersertifikat halal Kota Semarang cara melakukan penyembelihan dilakukan orang yang beragam islam, sempurna akal, dan mengetahui syarat penyembelihan, sebanyak 50%, sebanyak 23 orang atau 46% menyatakan sangat setuju, 24 orang atau 48% menyatakan setuju, dan 3 orang atau 6% menyatakan netral.
- P3: RPH bersertifikat halal Kota Semarang ketika memakai alat-alat penyembelihan tidak dicampur dengan alat-alat yang digunakan untuk menyembelih hewan yang haram, sebanyak 50 responden, sebanyak 21 orang atau 42% menyatakan sangat setuju, 23 orang atau 46% memilih setuju dan 6 orang atau 12% menyatakan netral
- P4: RPH bersertifikat halal Kota Semarang menggunakan alat penyembelihan yang sudah teruji ketajamannya, sebanyak 50 reposden, sebanyak 19 orang atau 38% yang memilih sangat setuju, 23 orang atau 46% memilih setuju, 3 orang atau 6% memilih netral, 4 orang atau 8% memilih tidak setuju, dan 1 orang atau 2% memilih sangat tidak setuju.
- P5: RPH bersertifikat halal Kota Semarang menggunakan air yang mutlak atau mengalir dalam membersihkan hewan yang dipotong, sebanyak 50 responden, 22 oang atau 44% memilih sangat setuju, 14 orang atau 28% memilih setuju, 9 orang atau 18% memilih netral, dan 5 orang atau 10% memilih tidak setuju.

- P6: RPH bersertifikat halal di Kota Semarang dalam proses berproduksi tidak tercampur dengan barang yang najs atau haram, sebanyak 50 responden, 19 orang atau 38% memilih sangat setuju, 21 orang atau 42% memilih setuju, 8 orang atau 16% memilih netral, dan 2 orang atau 4% memilih tidak setuju.
- P7: RPH bersertifikat halal Kota Semarang dalam pengedaran dan penyajian tidak tercampur barang yang najis atau haram, sebanyak 50 responden, 18 orang atau 36% memilih sangat setuju, 21 orang atau 42% memilih setuju, 7 orang atau 14% memilih netral, 3 orang atau 6% memilih tidak setuju, dan 1 orang atau 2% memilih sangat tidak setuju.
- P8: RPH bersertifikat halal Kota Semarang memakai bungkus yang higien, steril, bersih, suci, dan halal dalam pengemasan, sebanyak 50 responden, 18 orang atau 36% memilih sangat setuju, 18 orang atau 36% memilih setuju, 12 orang atau 24% memilih netral, dan 2 orang atau 4% memilih tidak setuju.
- P9: RPH bersertifikat halal Kota Semarang dalam pengawasan dini dilakukan oleh menteri kesehatan atau menteri yang terkait, sebanyak 50 responden, 18 orang atau 36% memilih sangat setuju, 12 orang atau 24% memilih setuju, 7 orang atau 14% memilih netral, 10 orang atau 20% memilih tidak setuju, dan 3 orang atau 6% memilih sangat tidak setuju.

- P10: RPH bersertifikat halal Kota Semarang dalam pembinaan industri dilakukan oleh departemen perindustrian dan perdagangan, sebanyak 50 responden, 10 orang atau 20% memilih sangat setuju, 22 orang atau 44% memilih setuju, 10 orang atau 20% memilih netral, 6 orang atau 12% memilih tidak setuju, 2 orang atau 4% memilih sangat tidak setuju.
- P11: Konsumen yang mengkonsumsi produk dari RPH Kota Semarang telah memiliki kepercayaan bahwa kinerja proses pemotongan di RPH Kota Semarang telah sesuai dengan syari'at Islam, sebanyak 50 responden, 24 orang atau 48% memilih sangat setuju, 18 orang atau 36% memilih setuju, 7 orang atau 14% memilih netral, 1 orang atau 2% memilih tidak setuju.
- P12: Konsumen yang mengkonsumsi produk dari RPH Kota Semarang mengetahui langsung bahwa pemotongan di RPH Kota Semarang sesuai dengan syari'at Islam, sebanyak 50 responden, 18 orang atau 36% memilih sangat setuju, 17 orang atau 34% memilih setuju, dan 15 orang atau 30% memilih netral.
- P13: Konsumen yang mengkonsumsi produk dari RPH Kota Semarang memiliki perasaan tersendiri dari kualitas produk RPH Kota Semarang, sebanyak 50 responden, 20 orang atau 40% memilih sangat setuju, 23 orang atau 46% memilih setuju, dan 7 orang atau 14% memilih netral.

P14: Konsumen yang mengkonsumsi produk dari RPH Kota Semarang mempunyai reaksi emosional yang lebih dari produk RPH Kota Semarang, sebanyak 50 responden, 18 orang atau 36% memilih sangat setuju, 15 orang atau 30% memilih setuju, 11 orang atau 22% memilih netral, dan 6 orang atau 12% memilih tidak setuju.

P15: Konsumen yang mengkonsumsi produk dari RPH Kota Semarang setuju bahwa RPH Kota Semarang dapat ditempuh dengan mudah, sebanyak 50 responden, 17 orang atau 34% memilih sangat setuju, 21 orang atau 42% memilih setuju, 5 orang atau 10% memilih netral, dan 7 orang atau 14% memilih tidak setuju.

P16: Konsumen yang mengkonsumsi produk dari RPH Kota Semarang setuju kalau aktivitas rutin di RPH Kota Semarang tidak mengganggu aktivitas warga yang ada dikitarnya, sebanyak 50 responden, 18 orang atau 36% memilih sangat setuju, 12 orang atau 24% memilih setuju, 7 orang atau 14% netral, 10 orang atau 20% memilih tidak setuju, dan 3 orang atau 6% memilih sangat tidak setuju.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan

yang diharapkan peneliti. Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir kuesioner.

Metode yang digunakan dalam pengujian validitas adalah dengan uji signifikansi yang membandingkan rhitung dengan rtabel untuk degree of freedom ($df = n - k - 1$), dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah variabel independen dan 1 adalah konstanta. Apabila untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Dalam penelitian ini, diketahui n adalah jumlah sampel dan k adalah 1 (Spiritual Marketing) sehingga besarnya df adalah $50 - 1 - 1 = 38$ dengan $\alpha = 0.05$ ($\alpha = 5\%$), didapat $rtabel = 0$, apabila rhitung lebih besar ($rhitung > rtabel$) dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid, dan sebaliknya apabila ($rhitung < rtabel$) maka, pertanyaan tersebut tidak valid.

Dari hasil pengujian validitas kuesioner yang terdapat dalam angket akan dapat diketahui sejauh mana data yang terkumpul sesuai dengan variabel-variabel penelitian atau tidak sebagaimana dideskripsikan dalam tabel dibawah ini:

Table 4.7

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Corrected item total Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
(X) Sertifikat Halal	P1	0,429	0,235	Valid
	P2	0,290	0,235	Valid
	P3	0,387	0,235	Valid
	P4	0,481	0,235	Valid
	P5	0,425	0,235	Valid
	P6	0,490	0,235	Valid
	P7	0,614	0,235	Valid
	P8	0,576	0,235	Valid
	P9	0,736	0,235	Valid
	P10	0,534	0,235	Valid
(Y) Minat Konsumen	P11	0,722	0,235	Valid
	P12	0,762	0,235	Valid
	P13	0,470	0,235	Valid
	P14	0,640	0,235	Valid
	P15	0,565	0,235	Valid
	P16	0,633	0,235	Valid

Sumber : Data yang sudah diolah, 2013

Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa nilai pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibanding r tabel untuk $(df) = 50 - 1 - 1 = 48$ dan alpha 0,05 dengan uji dua sisi didapat r tabel sebesar 0,235, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari dua variable independen dan dependen adalah valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Untuk membuktikan kualitas dari angket, perlu dilakukan uji angket yaitu dengan uji reliabilitas. Suatu item pertanyaan dalam angket bisa diterima (reliabel) untuk dilanjutkan dalam pengolahan statistik jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($> 0,60$). Hasil

pengujian uji reliabilitas instrument menggunakan alat bantu olah statistik SPSS versi 22 dapat diketahui sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.8

Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach's Alpha	keterangan
X	10	0,746	Reliabel
Y	6	0,696	Reliabel

Sumber : Data yang sudah diolah spss 22, 2013

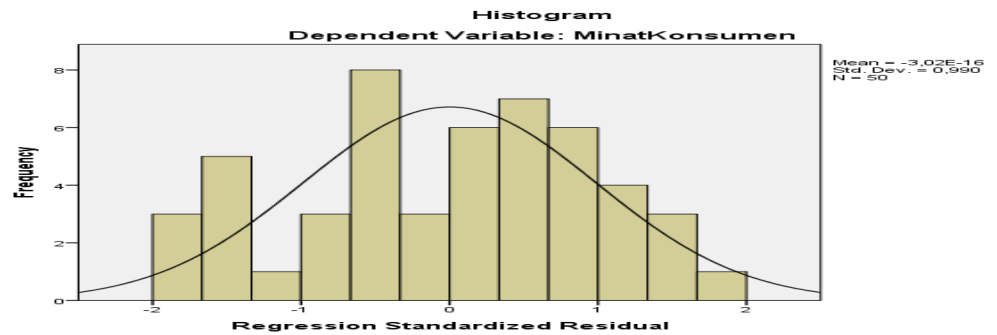
Dari tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X dan Y adalah reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

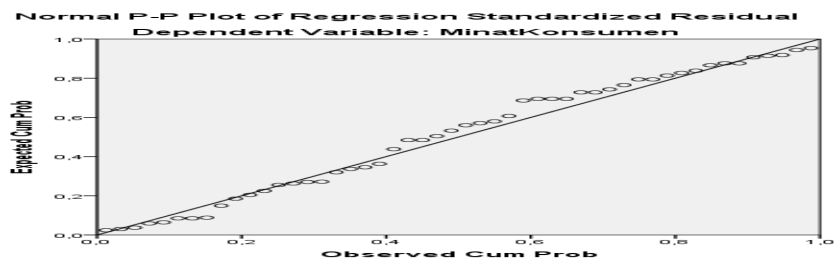
Berdasarkan hasil analisis data dengan SPSS diperoleh gambar grafik sebagai berikut:

Gambar 4.2

Grafik Histogram

Sumber : Data Primer yang diolah spss 22, 2013

Gambar 4.3

Grafik Normal Probability Plot

Sumber : Data Primer yang diolah spss 22, 2013

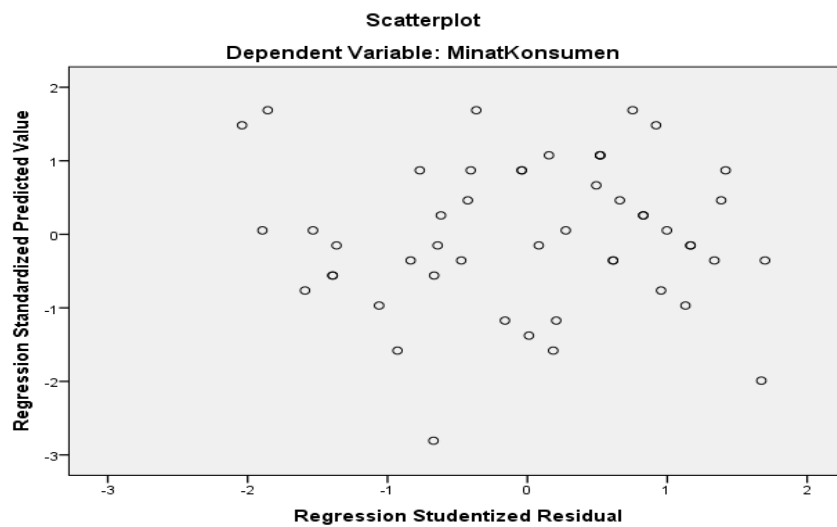
Berdasarkan gambar grafik histogram dan normal probability plot di atas telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna, dan dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik di sekitar garis diagonal yang berarti data tersebut berdistribusi normal sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksi minat konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang, berdasarkan masukan variabel independennya (Sertifikat Halal).

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji statistik Heteroskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4

Grafik scatterplot



Sumber : Data Primer yang diolah spss 22, 2013

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Berdasarkan grafik *scatterplot* telah menunjukkan pola titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi minat konsumen berdasarkan masukan variabel independennya

4.5.3 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokoelasi, uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada korelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau di antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai dU dan dL dapat diperoleh dari table statistic Durbin-Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	,637 ^a	,406	,394	2,795	1,472

Predictors: (Constant), SertifikatHalal_a

Dependent Variable: MinatKonsumen_b

Sumber : Data Primer yang diolah spss 22, 2013

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin–Watson* atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1,472. Sebagai pedoman umum (S. Uyanto, 2006) *Durbin–Watson* berkisar 0 dan 4. jika nilai uji statistik *Durbin–Watson* lebih kecil dari satu atau lebih besar dari tiga, maka residuals atau eror dari model regresi sederhana tidak bersifat independen atau terjadi *autocorrelation*.

Jadi berdasarkan nilai uji statistik *Durbin–Watson* dalam penelitian ini berada diatas satu dan dibawah tiga (1,472) sehingga tidak terjadi *autocorrelation*.

4.6 Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis

4.6.1 Analisis regresi sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui dan memprediksi nilai suatu variabel dependen (Y) berdasarkan nilai satu variabel independen (X). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Spiritual Marketing* sebagai variabel independen (X) dan *Minat*

Konsumen adalah variabel dependen (Y). Adapun persamaan regresi sederhana dapat dinotasikan dalam rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = terpengaruhnya minat konsumen hewan potong di RPH Kota Semarang.

a = Intersp (titik potong kurva terhadap sumbu Y)

b = kemiringan (slope) kurva linier

X = Sertifikat Halal

Hasil analisis data dengan menggunakan alat bantu program komputer SPSS 22 diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Sederhana
Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	5,545	3,266		1,698	,096
SertifikatHalal	,467	,082	,637	5,730	,000

a. Dependent variabel: MinatKonsumen_a

Sumber : Data Primer yang diolah spss 22, 2013

Dari tabel *Coefficients* diatas diketahui bahwa koefisien untuk variabel independen(X) adalah 0,467 dan konstanta sebesar 5,545 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 5,545 + 0,467 X$$

Dimana :

X = Variabel Sertifikat Halal

Y = Minat Konsumen

- a. Nilai konstan (Y) sebesar 5,545, artinya jika variabel independen Sertifikat Halal konstan pada nol, maka variabel dependen (Y) konstan pada taraf 5,545.
- b. Koefisien regresi X (Sertifikat Halal) dari perhitungan linier Sederhana didapat nilai *coefficients* (b) = 0,467 ini mengindikasikan bahwa setiap ada satu peningkatan tentang indikator sertifikat halal (X) maka minat konsumen (Y) juga akan meningkat sebesar 46,7% dengan anggapan konstan sebesar 5,545.

4.6.2 Uji Hipotesis Menggunakan Uji t atau Uji Parsial

Uji t disini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial. Dalam pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan alat bantu olah data statistik SPSS 22 dengan ketentuan bahwa jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesa dapat diterima, dan sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis 1 diatas tidak dapat diterima.

Diketahui bahwa t tabel dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan $df = 50-1-1$ dengan signifikasi 5% adalah 1,677 (lihat pada lampiran). Sedangkan penghitungan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	5,545	3,266		1,698	,096
SertifikatHalal	,467	,082	,637	5,730	,000

a. Dependent Variable: MinatKonsumen_a

Sumber : Data Primer yang diolah spss 22, 2013

Dari tabel tersebut, diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 5,730 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,677 yang lebih kecil dibandingkan dengan t_{hitung} . Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel sertifikat halal(X) terhadap variabel minat konsumen(Y), dengan demikian hipotesa yang diajukan tidak dapat ditolak.

Sedangkan konstanta sebesar 5,545 artinya jika sertifikat halal(X) nilainya adalah 0 (nol), maka minat konsumen(Y) akan mengalami kenaikan sebesar 5,545. Sedangkan koefisien regresi variabel sertifikat halal(X) sebesar 0,467 mengasumsikan bahwa tiap ada kenaikan, terhadap variabel sertifikat halal (X) maka minat konsumen (Y) juga akan meningkat sebesar 46,7% dengan anggapan konstan sebesar 5,545 serta dianggap signifikan karena angka sig. Menunjukkan angka 0,000 yang berada jauh dibawah 0,05 atau 5%.

4.6.3 Koefisiensi Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, analisis koefisien determinasi mutlak perlu dilakukan. Dengan demikian peneliti dalam menganalisa data *statistic* menggunakan alat bantu alat ukur statistik SPSS 22 yang kemudian didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Koefisiensi Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 ^a	,406	,394	2,795

Predictors: (Constant), SertifikatHalal_aDependent Variable: MinatKonsumen_b

Sumber :Data yang sudah diolah, 2013

Dalam tabel 4.14 hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,406, hal itu mengasumsikan bahwa variasi perubahan variabel minat konsumen(Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel sertifikat halal(X) sebesar 40,6%. Jadi besarnya pengaruh sertifikat halal terhadap minat konsumen sebesar 40.6%, sedangkan sisanya sebesar 59,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

4.7 Pembahasan

Dengan melibatkan 50 responden, memberikan informasi mengenai pengaruh variabel independen yaitu sertifikat halal mempengaruhi variabel dependen yaitu minat konsumen.

4.7.1 Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Minat Konsumen

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran sertifikat halal berpengaruh cukup signifikan terhadap minat konsumen. Hal ini ditunjukkan dari hasil pengolahan data diperoleh t hitung sebesar 5,730 (lebih besar dari t tabel 1,677) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 ($p < 0,05$) maka variabel sertifikat halal cukup berpengaruh secara signifikansi terhadap minat konsumen. Begitu pula besarnya pengaruh dari indikator masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut, variabel X (independen) dengan indikator penyembelihan 0,429 dan 0,290, peralatan 0,387 dan 0,481, proses produksi 0,425 dan 0,490, pengedaran dan penyajian 0,614 dan 0,576, pengawasan 0,736 dan 0,534, sedangkan dari variabel Y (dependen) dengan indikator *cognitive component* 0,722 dan 0,762, *affective component* 0,470 dan 0,640, *behavioral component* 0,565 dan 0,633. Jadi dari semua indikator tersebut yang paling banyak berpengaruh ialah dari indikator *cognitive component* yaitu tentang kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek (RPH Kota Semarang) sebesar 0,722 dan 0,762. Artinya, dengan adanya sertifikat halal yang diterapkan pada

perusahaan rumah potong hewan Kota Semarang, dapat mempengaruhi minat konsumen untuk memakai produk hewan potong di RPH Kota Semarang. Hal ini disebabkan karena sertifikat halal menjamin dari segi kehalalan pada hasil produk hewan potong, dan begitu juga dengan kualitas dan mutunya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Mazia Ulfa dalam penelitiannya yang berjudul “(Analisis Fatwa Majelis Ulama Indonesia Jawa Tengah Tentang Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Roti Basah Swiss Bakery)”. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa MUI Jawa Tengah menyatakan kehalalan pada produk roti Swiss Bakery setelah mendapat laporan secara jelas dan terperinci serta didukung data-data otentik berkaitan dengan bahan yang digunakan perusahaan Swiss Bakery dalam membuat roti basah. Kejelasan data itu dilakukan melalui auditi di lokasi tempat produksinya, dan melihat secara langsung, mencocokkan dan meneliti semua bahan-bahan yang ada di perusahaan, menelusuri dari mana bahan itu di produksi, setelah diketahui bahan dinyatakan halal dengan bukti sertifikat halal kemudian Majelis Fatwa MUI Jawa Tengah dalam sidang yang dihadiri oleh ketua sekretaris dan anggota Majelis Fatwa MUI Jawa Tengah serta tim auditor yang telah dibentuk oleh pimpinan LP POM MUI Jawa Tengah.

Penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Abdul Warits dalam penelitiannya yang berjudul “Penerapan prinsip-prinsip syari’ah

secara signifikan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk memakai hotel syari'ah (Hotel Graha Agung Semarang)". Semakin baik penerapan prinsip-prinsip syari'ah maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk memakai hotel syari'ah sebagai jasa akomodasi. Selain itu secara simultan variabel kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk memakai jasa hotel syari'ah (Hotel Graha Agung Semarang). Jika variabel kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah ditingkatkan sebesar satu point maka akan diikuti dengan meningkatnya minat konsumen untuk memakai hotel syari'ah (Hotel Graha Agung Semarang) masing-masing sebesar $0,254 X_1$ dan $0,458 X_2$. Sebaliknya jika skor variabel kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah menurun sebesar satu point maka akan diikuti dengan menurunnya minat konsumen untuk memakai hotel syari'ah (Hotel Graha Agung Semarang) masing-masing sebesar $0,254 X_1$ dan $0,458 X_2$.