

**PENGARUH LABEL HALAL, *RELIGIUSITAS*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN
OLAHAN HALAL
(Studi pada Penduduk Muslim Berdomisili Di Kecamatan Ngaliyan
Semarang)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun oleh:
NURYA NOVITASARI
NIM.2005026016

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185
Website : fobi.walisongo.ac.id – Email : fobi.walisongo@gmail.com

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -
Hal : Naskah Skripsi
An.Sdra. Nurya Novitasari

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : Nurya Novitasari
NIM : 2005026016
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikasi Halal, *Religiusitas*, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal (Studi Kasus Penduduk Muslim Kecamatan Ngaliyan Semarang)

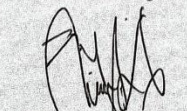
Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.
Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.
Wassalamualaikum Wr.Wb

Semarang, 31 Mei 2024

Dosen Pembimbing I


Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag
NIP. 196904201996031002

Dosen Pembimbing II


Firdha Rahmianti, M.A
NIP. 199103162019032018

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febrwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Nurya Novitasari

NIM : 2005026016

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi: Pengaruh Label Halal, *Religiusitas*, dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal (Studi Pada Penduduk
Muslim Berdomisili Di Kecamatan Ngaliyan Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat
Cumlaude pada 25 Juni 2024 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 10 Juli 2024

Ketua Sidang

Sokhikhatul Mawadah, M.E.I.
NIP. 198503272018012001

Sekretaris Sidang

Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag
NIP. 196904201996031002

Penguji Utama I

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M.
NIP. 197302172006041001

Penguji Utama II

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

Pembimbing I

Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag
NIP. 196904201996031002

Pembimbing II

Firdha Rahmivanti, M.A
NIP. 199103162019032018



MOTTO

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ

“Orang-orang yang berusaha dengan sungguh-sungguh untuk (mencari keridaan)
Kami benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami.
Sesungguhnya Allah benar-benar bersama orang-orang yang berbuat kebaikan. “

(QS. Al-Ankabut: 69)

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurya Novitasari
NIM : 2005026016
Program Studi : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Label Halal, *Religiusitas*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal (Studi pada Penduduk Muslim Berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang)”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 03 Juni 2024
Deklator



Nurya Novitasari
2005026016

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada "Pedoman Transliterasi Arab-Latin" yang dikeluarkan berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987. Berikut penjelasan pedoman tersebut:

A. Kata Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal (monoftong), vokal rangkap (diftong) dan vokal panjang (maddah).

1. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
(-)	Fathah	A	A
(- ◌)	Kasrah	I	I
(- ◌)	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arabnya yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
(-) - ي	Fathah dan Ya	Ai	A dan i
(-) - و	Fathah dan wau	Au	A dan u

3. Vokal panjang (maddah)

Vokal panjang atau maddah yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah dan alif	Ā	A dan garis diatas
يَ	Fathah dan ya	Ā	A dan garis diatas
يِ	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis diatas
وُ	Dhammah dan waw	Ū	U dan garis diatas

C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu **ﻝ**, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya

berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi saya kekuatan, dan membekali saya dengan ilmu pengetahuan. Atas segala perjuangan saya hingga dititik ini, Skripsi ini saya persembahkan untuk orang – orang hebat yang selalu menjadi penyemangat dan menjadi alasan saya kuat sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

1. Teristimewa kepada orang tua saya, cinta pertama dan panutanku Ayahanda H. Raharjo dan pintu surgaku Ibu Hj. Rochayati saya ucapkan terimakasih atas perjuangan, jasa, iringan doa dan penyemangat yang tak henti- hentinya diberikan kepada penulis dalam mengiringi setiap perjalanan untuk menyelesaikan pendidikan sampai ke jenjang saat ini semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupan yang barokah dan senantiasa diberi kesehatan.
2. Kakak saya Fitria Permatasari dan Adik saya Jihan Nur Fatimah terimakasih sudah menjadi moodbooster dan penyemangat saya dalam menyelesaikan pendidikan dibangku perkuliahan.
3. Dosen Pembimbing skripsi saya Dr. H. Khoirul Anwar,M.Ag dan Firdha Rahmiyanti,M.A terimakasih atas bimbingan, kritik, dan saran serta telah banyak meluangkan waktunya dengan sangat sabar dan pengertian dalam membantu proses pengerjaan skripsi saya ini.
4. Kak Adila Fadya sebagai sahabat penulis yang selalu mensupport dan membantu saya dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi.
5. Sahabat saya “Queenilova” Adila, Garinda, Dhiya, Pina, Fafa, Alfany, Fani, Vina, dan Irva kalian adalah orang – orang yang selalu berada dibalik layar, kebersamaan dalam perjuangan dan selalu mau saya repotkan, terimakasih semoga sama – sama dilancarkan sampai akhir perjuangan.

6. Seluruh teman seperjuangan Ekonomi Islam khususnya EI-A angkatan 20 terimakasih atas kebersamaan dan kerjasamanya selama menempuh proses perkuliahan.
7. Dan yang terakhir terimakasih untuk diri saya sendiri, Nurya Novitasari karena sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih telah mampu berusaha keras berjuang sampai dititik ini dan terus berusaha memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri.

ABSTRAK

Adanya perintah agama dalam konsumsi halal mendorong umat muslim untuk membeli produk makanan olahan halal. Kebutuhan konsumsi yang tinggi akan produk halal mendorong tingkat permintaannya yang tinggi pula, sehingga insentif untuk memproduksi halal pun semakin meningkat. Secara aktif, produsen halal dapat mendorong pasar halal dengan memahami perilaku pembelian dari masyarakat muslim sebagai target pasar utamanya. Salah satu cara memprediksi perilaku pembelian adalah dengan mengkaji keputusan pembelian produk makanan olahan halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, *religiusitas*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan melalui *Google form*. Dengan menggunakan penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang sebagai sampel penelitian. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder serta menggunakan SPSS versi 24 untuk analisis data.

Berdasarkan hasil data penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal, variabel *religiusitas* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal

Kata kunci : Label halal, *Religiusitas*, Kualitas produk, Keputusan pembelian produk makanan olahan halal.

ABSTRACT

The existence of religious orders regarding halal consumption encourages Muslims to buy halal processed food products. The high consumption need for halal products encourages high levels of demand, so that incentives to produce halal products also increase. Actively, halal producers can encourage the halal market by understanding the purchasing behavior of the Muslim community as their main target market. One way to predict purchasing behavior is to examine purchasing decisions for halal processed food products. This research aims to determine the influence of halal labels, religiosity, and product quality on purchasing decisions for halal processed food products.

This research uses a quantitative type of research. The sampling technique used in this research was purposive sampling. In this study, primary data was obtained from a questionnaire distributed via Google form. Using the Muslim population domiciled in Ngaliyan District, Semarang as the research sample. The data sources used were primary and secondary data sources and used SPSS version 24 for data analysis.

Based on the results of the research data, it can be concluded that the halal label variable does not influence the decision to purchase halal processed food products, the religiosity variable does not influence the decision to purchase halal processed food products, the product quality variable influences the decision to purchase halal processed food products.

Keywords: Halal label, Religiosity, Product quality, Decision to purchase halal processed food products.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan karunia, rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang ditujukan untuk memenuhi tugas dan syarat memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi pembahasan maupun sistematika penulisan. Pada proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan motivasi, saran, doa dan nasehat serta bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Nizar Ali, M. Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya.
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, III beserta seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Dr. Nurudin, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dosen Pembimbing Skripsi Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I dan Firdha Rahmiyanti, M.A selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag selaku Wali Dosen yang mendampingi dan mengarahkan penulis selama menempuh dibangku perkuliahan.
6. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam angkatan 20 yang telah menemani penulis selama perkuliahan.
7. Seluruh pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan mendapat balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat

bermanfaat dikemudian hari dan berguna bagi semua pihak. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis, karena pada dasarnya penulisan ini masih jauh dari kata sempurna.

Semarang, 03 Juni 2024

Penulis



Nurya Novitasari

2005026016

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
DEKLARASI	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	vi
PERSEMBAHAN	x
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Kepenulisan.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	13
2.2 Kajian Variabel Penelitian	15
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	15
2.2.2 Label Halal	18
2.2.3 <i>Religiusitas</i>	22
2.2.4 Kualitas Produk.....	27

2.3	Penelitian Terdahulu	29
2.4	Kerangka Berfikir	36
2.5	Hipotesis	37
BAB III		41
METODE PENELITIAN		41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.2	Sumber Data	41
3.2.1	Data Primer	42
3.2.2	Data Sekunder	42
3.3	Populasi dan Sampel	42
3.3.1	Populasi	42
3.3.2	Sampel	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1	Kuesioner	44
3.4.2	Studi Kepustakaan	45
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
3.5.1	Variabel Penelitian	45
3.5.2	Definisi Operasional	46
3.6	Teknik Analisis Data	48
3.6.1	Uji Instrumen Data	49
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	50
3.6.3	Uji Hipotesis	51
3.6.4	Analisis Regresi Berganda	52
BAB IV		54
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1	Gambaran Umum Kecamatan Ngaliyan Semarang	54
4.1.2	Letak Geografis Kecamatan Ngaliyan Semarang	55
4.1.3	Struktur Organisasi Kecamatan Ngaliyan Semarang	56
4.2	Gambaran Umum Responden	56
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	57

4.3	Analisis Data.....	57
4.3.1	Uji Instrumen Data.....	57
4.3.2	Uji Asumsi klasik.....	60
4.3.3	Uji Hipotesis	64
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.4	Pembahasan	68
BAB V.....		74
PENUTUP.....		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN.....		83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		111

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra riset	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert	45
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 4. 1 Data Karakteristik Usia Responden	56
Tabel 4. 2 Data Karakteristik Gender Responden	57
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji T	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji F	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji R^2	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil pra riset	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan *State of The Global Islamic Economy Report* (SGIE) 2023 Indonesia menjadi peringkat ketiga dunia pada *the Global Islamic Economy Indicator* (GIEI) yang dirilis oleh DinarStandard di Dubai, Uni Emirat Arab.¹ Peningkatan peringkat Indonesia tersebut membuktikan bahwa upaya penguatan ekosistem Jaminan Produk Halal (JPH) yang merupakan bagian penting dalam ekonomi syariah semakin menunjukkan hasil positif. Pemeringkatan GIEI mencakup keuangan syariah, makanan atau minuman halal, modest fashion, farmasi dan kosmetik, wisata ramah muslim, dan rekreasi. Sebagaimana dibuktikan oleh pencapaian dalam beberapa indikator salah satunya Indonesia mampu mempertahankan posisi kedua dalam indikator makanan Halal yang menunjukkan bahwa negara Indonesia memiliki standar yang tinggi dalam produksi dan pengelolaan makanan halal.²

Penduduk yang mayoritas beragama Islam terbesar di Asia Tenggara, yaitu sekitar 207.176.172 jiwa, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri halal.³ Pertumbuhan penduduk Muslim semakin meningkat setiap tahunnya. Oleh karena itu, konsumsi makanan halal semakin meningkat dan begitu pula permintaan akan produk makanan halal. Dalam kegiatan konsumsi, umat Muslim harus memperhatikan kehalalan berbagai produk yang dikonsumsi. Sehingga perkembangan industri makanan di Indonesia perlu memberikan perhatian lebih terhadap produk makanan olahan halal.⁴

¹ Devi Setya, *SGIE Report 2023 Resmi Dirilis, Indonesia Tempati Posisi Tiga Besar*, 2023 <<https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7110423/sgie-report-2023-resmi-dirilis-indonesia-tempati-posisi-tiga-besar>>.

² Setya, Ibid.

³ Muhammad Anwar Fathoni, 'Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.3 (2020), 428 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>>.

⁴ Herianti Herianti, Siradjuddin Siradjuddin, and Ahmad Efendi, 'Industri Halal Dari Perspektif Potensi Dan Perkembangannya Di Indonesia', *Indonesia Journal of Halal*, 6.2 (2023), 56–64 <<https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19249>>.

Potensi ini diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk Muslim. Dengan memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia menjadi pasar terbesar produk halal di tingkat Internasional, khususnya pada pasar makanan olahan halal. Tingginya kebutuhan konsumsi akan produk halal mendorong peningkatan permintaan, sehingga memberikan insentif bagi produsen untuk meningkatkan produksi halal. Produsen halal secara aktif dapat mengembangkan pasar halal dengan memahami perilaku pembelian dari masyarakat Muslim sebagai target pasar utamanya.⁵

Pemerintah Indonesia mempunyai peran penting untuk mendorong pertumbuhan industri halal. Beberapa tahun terakhir, berbagai kebijakan dan regulasi telah dikeluarkan untuk memfasilitasi perkembangan industri ini. Berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pemerintah Indonesia mengatur industri halal dengan tujuan untuk memberikan jaminan kehalalan produk yang beredar di Indonesia. Undang – undang ini membentuk kerangka hukum dan lembaga yang menangani industri produk halal, seperti BPJPH (Badan Penyelenggara Penjaminan Produk Halal). UU tersebut memiliki beberapa tujuan utama yaitu untuk menjamin kebebasan beragama, perlindungan konsumen dan jaminan tentang kehalalan suatu produk. UU tersebut mempertegas bahwa produk yang beredar di Indonesia bukan hanya makanan dan minuman tetapi juga mencakup obat-obatan, produk kimiawi, produk perawatan kulit, dan produk kosmetik. Selain itu, undang-undang ini mengatur industri halal, seperti pariwisata, travel, media, dan hiburan.

Halal telah menjadi *lifestyle* masyarakat, gaya hidup halal dapat dimulai dengan memastikan bahwa produk yang dipilih dijamin halal, ditunjukkan dengan adanya label halal pada kemasan makanan olahan. Label halal pada produk makanan olahan berfungsi sebagai panduan bagi masyarakat dalam memilih produk yang akan dikonsumsi.⁶ Hal ini selaras dengan UU JPH yang mendefinisikan makanan halal sebagai makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang

⁵ Lady Yulia, 'Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal', *Jurnal Bisnis Islam*, 8.1 (2019), 121–62.

⁶ Herianti, Siradjuddin, and Efendi, Ibid.

terlarang atau haram dan diolah menurut hukum - hukum agama Islam. Produsen yang mencantumkan tulisan halal pada label makanan produknya bertanggung jawab terhadap halalnya makanan tersebut bagi pemeluk agama Islam. Jaminan produk halal sangat dibutuhkan bagi konsumen sebagai bentuk kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan “Sertifikat Halal”.

Urgensi label halal bagi konsumen muslim bertujuan agar dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Oleh karena itu, hendaknya konsumen Muslim berhati - hati dalam memutuskan untuk membeli atau tidak produk – produk.⁷ Penduduk Indonesia yang beragama Islam perlu memperhatikan kehalalan produk makanan yang mereka konsumsi, sesuai dengan perintah Allah dalam Al- qur'an surat Al- Maidah ayat 88:

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

Artinya : Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

Maksud dari ayat diatas yaitu Allah mewajibkan umat Islam untuk memakan makanan yang halal dan baik. Halal dalam Islam meliputi 2 syarat penting yaitu halal barangnya dan halal prosesnya. Kepastian halal atau tidaknya sebuah produk harus melewati proses sesuai dengan ketentuan ajaran agama Islam.⁸

Anjuran bagi seorang muslim mengenai konsumsi makanan dan minuman secara jelas diatur dalam Al Qur'an Surat Al Baqarah ayat 168, yaitu menekankan pentingnya makanan yang halal dan baik (*thayyib*). Terkait syarat halal, sertifikasi halal menjadi solusi bagi masyarakat muslim Indonesia untuk memastikan

⁷ Hendri Hermawan Adinugraha, Wikan Istihika, and Mila Sartika, 'Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research', *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 1.3 (2017), 180–95 <<https://doi.org/10.21070/perisai.v1i3.1365>>.

⁸ Yunita Chintya Melly Dwi Febrian and Sugeng Nugroho Hadi, 'QS. Al-Maidah Ayat 88: Urgensi Konsep Makanan Halal untuk Konsumsi Masyarakat', *Jurnal Ayat dan Hadits Ekonomi*, 2 (2023), 1–6.

kehalalan dan kelayakan konsumsi makanan olahan dan minuman yang halal, serta untuk mengidentifikasi makanan yang *syubhat* (diragukan). Sedangkan syarat konsumsi makanan minuman yang *thayyib*, dapat dilihat dari berbagai faktor seperti bahan makanannya, komposisi gizi, aspek kesehatan dan sebagainya.

Makanan olahan halal adalah makanan yang memenuhi aturan agama Islam baik dari bahan baku, bahan tambahan, dan proses produksinya sehingga dapat dikonsumsi oleh umat Islam tanpa melanggar ajaran agama.⁹ Bahan olahan yang digunakan harus bebas dari kontaminasi dengan bahan yang meragukan, terutama dengan bahan yang haram agar tidak menimbulkan *syubhat* atau diragukan kehalalannya.

Produk makanan olahan halal harus memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan prinsip Islam, seperti : (1) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi. (2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti organ manusia, darah, kotoran dan lain-lain. (3) Semua bahan berasal dari hewan halal yang disembelih sesuai dengan aturan agama Islam (4) Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang sudah diatur menurut syariat Islam. (5) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.¹⁰ Allah telah menegaskan dalam Al-Qur'an surah Al-An'am ayat 145 :

قُلْ لَا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَسْفُوحًا
أَوْ لَحْمَ خِنْزِيرٍ فَإِنَّهُ رَجْسٌ أَوْ فِسْقًا أُهْلًا لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ
غَفُورٌ رَحِيمٌ

⁹ Sheilla Chairunnisyah, 'Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika', *Angewandte Chemie International Edition*, 3.2 (2017), 10–27.

¹⁰ Ahmad Izzuddin, 'Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner', *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3.2 (2018), 100–114.

Artinya: Katakanlah, “Tidak kudapati di dalam apa yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan memakannya bagi yang ingin memakannya, kecuali daging hewan yang mati (bangkai), darah yang mengalir, daging babi, karena semua itu kotor atau hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, tetapi barang siapa terpaksa bukan karena menginginkan dan tidak melebihi (batas darurat) maka sungguh, Tuhanmu Maha Pengampun, Maha Penyayang.” (Q.s : 6 : 145).

Berdasarkan ayat diatas Allah melarang umatnya untuk mengkonsumsi hewan yang mati tanpa disembelih, darah yang masih mengalir, daging babi, dan hewan yang disembelih atas nama selain Allah, seperti hewan yang disembelih untuk persembahan berhala. Namun, barangsiapa yang berada dalam keadaan darurat yang mengharuskan seseorang untuk mengkonsumsi makanan yang haram karena sangat lapar, bukan karena ingin merasakan kelezatannya serta tidak melebihi batas darurat, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun dan Maha Penyayang terhadap orang yang terpaksa mengkonsumsi makanan yang haram tersebut.¹¹

Industri makanan olahan halal sebagai bagian dari sektor manufaktur halal lainnya, memiliki prospek yang sangat menjanjikan, baik di pasar global maupun dalam negeri.¹² Permintaan akan sertifikasi halal semakin meningkat khususnya untuk produk makanan olahan. Namun, kesadaran konsumen di Indonesia terhadap pentingnya konsumsi makanan olahan halal masih rendah dan kurang selektif sehingga diperlukan upaya edukasi terkait aspek religiusitas karena pengembangan bisnis halal masih mendapat tantangan. Faktor penting lainnya yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian adalah tingkat religiusitasnya.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Dimana perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tindakan

¹¹ Tafsir Web, ‘Surat Al-an’am Ayat 145’, *September*, 2018 <<https://tafsirweb.com/2269-surat-al-anam-ayat-145.html>>.

¹² Muhammad Yusuf, Eva Ulvah Rahayu, and Stie Mahaputra Riau, ‘Produk Mixue Melalui Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Di Kota Pekanbaru)’, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4 (2024), 7082–93.

tersebut.¹³ Sehingga keputusan pembelian menjadi sangat penting karena semakin kompetitifnya persaingan dalam memperebutkan keputusan konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan terhadap suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Label halal memiliki peran penting untuk menampilkan transparansi kehalalan produk. Label halal diperoleh ketika sebuah produk memiliki sertifikasi halal, sertifikat tersebut didapat dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), setelah terdapat fatwa yang dikeluarkan komisi Fatwa Majelis Ulama' Indonesia (MUI) sebagai yang berwenang memberikan pernyataan kehalalan sebuah produk makanan dan minuman sesuai dengan proses syariat Islam. Oleh karena itu, label halal berpengaruh positif terhadap minat beli produk makanan olahan halal.¹⁴ Didukung oleh penelitian yang dilakukan Kurnia dan Sudardjat menyatakan hasil bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk makanan.¹⁵ Namun, berbeda dengan Yarda menyatakan bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan (negatif) terhadap keputusan pembelian Masyarakat Muslim.¹⁶ Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil yang tidak konsisten sehingga menimbulkan *research gap*.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu tingkat *religiusitas* yang dimiliki konsumen. Hal ini karena produk halal adalah produk yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Sehingga, tingkat *religiusitas* produsen berperan penting dalam pembuatan produk tersebut. Maka dari itu, *religiusitas* digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini karena *religiusitas* dapat dijelaskan sebagai internalisasi nilai-nilai agama yang tercermin dalam kehidupan sehari - hari. *Religiusitas* berkenaan dengan kepercayaan terhadap ajaran agama yang kemudian

¹³ F. Ramadayanti, 'Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk', *Jsmb*, 6.2 (2019), 78–83 <<http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>>.

¹⁴ YunitaWulandari, 'Pengaruh Kesadaran Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Produk Kripik Pisang Pak DJ Di Kota Jambi'"SkripsiEkonomi'Syariah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi', 2020.

¹⁵ Dewi Kurnia Sari and Ilyda Sudardjat, 'Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1 (2015), 49–56.

¹⁶ Syaufa Yarda HRP, 'Pengaruh Pencantuman Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Muslim Stabat', 21.1 (2020), 1–9.

diaktualisasikan dalam perbuatan. Dengan demikian, tingkat *religiusitas* produsen mencakup keyakinan masing-masing produsen, keimanan, dan ketaqwaannya dalam menjalankan apa yang dipercayainya.¹⁷

Religiusitas adalah ikatan yang menghubungkan manusia dengan Tuhan sesuai agamanya, yang dapat membuat manusia mempunyai ketergantungan yang mutlak untuk segala kebutuhan baik kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani, yang mana hal tersebut diimplementasikan dengan mengarahkan hati, pikiran dan perasaan untuk selalu mengikuti ajaran agamanya. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari mengenai minat membeli produk makanan olahan halal menunjukkan bahwa *religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMK.¹⁸ Berbeda dengan Juniawati menyatakan *religiusitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan.¹⁹

Selanjutnya, kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk makanan olahan halal. Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi produsen dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha senantiasa meningkatkan, mempertahankan dan menciptakan kualitas sebuah produk yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen.²⁰

Hal ini kepuasan konsumen menjadi tolak ukur dari tercapainya tingkatan kualitas produk makanan olahan yang akhirnya memiliki daya tarik untuk dibeli oleh Masyarakat. Nur Lia dan Hidayat dalam penelitiannya menyebutkan bahwa

¹⁷ Fifi Afiyanti Triuspitorini, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4.2 (2019), 54–69.

¹⁸ Dwi Indah Lestari, 'Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Halal, Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Muslim Membeli Produk Umk Berlabel Halal (Studi Empiris Toko Oleh-Oleh Abah Uus)', 1 (2024), 4–6.

¹⁹ Juniawati, 'Kesadaran Halal Dan Religiusitas Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan', *Universitas Tanjungpura*, 2019, 141–56 <www.halalmui.org>.

²⁰ Z Kusumah, R, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Di Semarang', *Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*, 2011, 73.

kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.²¹ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Maiza, dkk menyatakan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.²²

Kecamatan Ngaliyan merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kota Semarang. Kecamatan Ngaliyan memiliki populasi penduduk mayoritas Muslim mencapai 142.845 jiwa (tahun 2022)²³ merupakan peluang besar untuk mengembangkan industri makanan olahan yang berkualitas dan sesuai dengan standar halal. Kecamatan Ngaliyan, terletak di Kota Semarang, Jawa Tengah, adalah daerah dengan potensi ekonomi yang besar, terutama dalam sektor industri makanan olahan. Meskipun telah banyak kemajuan, masih ada tantangan signifikan terkait penjualan makanan olahan tanpa label halal. Label halal tidak hanya menunjukkan kepatuhan syariah Islam, tetapi juga menjamin kualitas dan keamanan produk bagi konsumen. Di Kecamatan Ngaliyan, meskipun permintaan produk halal meningkat, namun masih banyak penjual yang belum menyertakan label halal pada produk makanan olahan mereka. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bagi konsumen Muslim yang ingin memastikan bahwa makanan yang mereka konsumsi sesuai dengan ajaran agama.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal menjadi salah satu faktor pendorong utama dalam pengembangan industri makanan olahan di Kecamatan Ngaliyan. Produk dengan label halal semakin diminati oleh konsumen, tidak hanya dari kalangan Muslim, tetapi juga dari kalangan non-Muslim yang mengutamakan aspek kebersihan dan keamanan dalam konsumsi makanan.

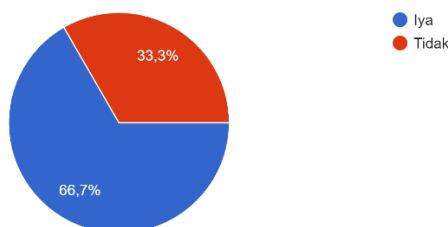
²¹ Nur Lia Cahyani and Wahyu Hidayat, 'Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm. Rindang 84 (Studi Pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9.3 (2020), 329–34 <<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28102>>.

²² Fiksi Maiza; Agus Sutardjo; Rizka Hadya, 'Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota', 4.2 (2022), 375–86.

²³ Kota Semarang BPS, 'Jumlah Pemeluk Agama (Jiwa) 2020-2022'.

Gambar 1. 1 Hasil pra riset

Saya sering membeli produk makanan olahan yang belum berlabel halal
33 jawaban



Berdasarkan hasil pra-riset yang telah dilakukan oleh peneliti, menghasilkan responden yaitu dari 33 penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang, menunjukkan bahwa banyak Masyarakat muslim masih membeli produk makanan olahan yang tidak berlabel halal. Hal tersebut menjadi sebuah masalah dengan banyaknya masyarakat masih kurang memperhatikan akan pentingnya label halal saat membeli produk makanan olahan halal. Padahal kehalalan produk akan mempengaruhi kesehatan jasmani dan iman kita. Hal ini sangat bertentangan dengan surat Al - Baqarah ayat 168 yang telah disebutkan diatas.

Tabel 1. 1 Hasil Pra riset

Pertanyaan	Jawaban	Jumlah responden	presentase
Faktor apa yang paling mempengaruhi keputusan Anda dalam membeli produk makanan olahan halal?	Label halal	13 orang	39,4%
	Religiusitas	1 orang	3%
	Kualitas produk	19 orang	57,6%
Jumlah		33 orang	100 %

Hasil dari tabel pra survey di atas dapat terlihat bahwa dari 33 responden terdapat 13 responden menjawab bahwa label halal paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, 1 orang responden menjawab religiusitas adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dan 19

responden menjawab bahwa kualitas produk yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Artinya variabel kualitas produk yang baik memiliki pengaruh yang paling besar dalam penentuan keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk makanan olahan halal.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian teori yang lebih mendalam tentang sejauh mana label halal, religiusitas, dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian makanan olahan halal pada penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang, untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Label Halal, Religiusitas, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal (Studi Kasus Penduduk Muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis akan merumuskan masalah yang akan di teliti sebagai berikut :

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal pada penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang ?
2. Apakah *religiusitas* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal pada penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal pada penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan antara lain :

1. Mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal pada penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang.
2. Mengetahui pengaruh *religiusitas* terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal pada penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal pada penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pengetahuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah keputusan konsumen dalam membeli suatu produk makanan.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi konsumen
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai kehalalan produk makanan olahan melalui label halal pada kemasan, religiusitas, dan kualitas produk sangat penting untuk diperhatikan.
 - b. Bagi pelaku usaha
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan dasar dalam pengambilan keputusan untuk merancang atau mengembangkan strategi pemasaran produk makanan olahan halal sehingga dapat meningkatkan penjualan.

1.5 Sistematika Kepenulisan

Untuk mempermudah penulisan dalam penelitian ini, secara garis besar sistematika penyusunannya yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, dan sistematika kepenulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, penjelasan pervariabel, penelitian terdahulu sebagai referensi penelitian, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, sumber data penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data dan pembahasan, serta saran yang bersifat membangun mengenai penelitian tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Teori Tindakan Terencana (*Theory of Planned Behavior*) yaitu teori yang dikemukakan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen. *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan suatu teori yang menjelaskan tentang perilaku manusia. Dimana teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Sehingga manusia akan memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum memutuskan untuk melakukan atau tidak perilaku-perilaku tertentu.²⁴

Theory of Planned Behavior atau teori perilaku terencana merupakan pengembangan dari teori tindakan beralasan yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein. *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan suatu niat untuk melaksanakan perbuatan tertentu yang diakibatkan oleh dua alasan, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Namun, karena banyak perilaku yang tidak sepenuhnya berada dibawah kontrol individu, maka Ajzen dalam teorinya menambahkan konsep *Perceived Behavioral Control*. Konsep tersebut mengubah *theory of reasoned action* (TRA) menjadi *theory of planned behavior* (TPB).²⁵

Secara singkat *Theory of planned behavior* bertujuan untuk memprediksi apakah individu akan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. *Theory of Planned Behavior* cocok digunakan untuk mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan sebuah perencanaan. Perilaku seseorang akan terwujud jika adanya niat untuk berperilaku dalam diri seseorang.

Menurut Ajzen, perilaku seseorang tergantung pada keinginan berperilaku atau *behavioral intention* yang terdiri atas tiga komponen yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*Subjective norm*) dan pengendalian perilaku yang dirasakan

²⁴ Icek Ajzen, 'The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processed*', 50.2 (1991), 179–211.

²⁵ Yustina Chrismardani, 'Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha', *Jurnal Kompetensi*, 10.1 (2016), 91–103.

(*perceived behavioral control*). Komponen dalam *Theory of planned behavior* (TPB) adalah :²⁶

1. Sikap Terhadap Perilaku

Sikap terhadap perilaku diartikan sebagai perasaan positif maupun negatif individu apabila harus melakukan perilaku tersebut, dan juga merasa menguntungkan atau tidaknya saat melakukan perilaku. Sikap terhadap perilaku ini didasarkan atas keyakinan yang didapatkan mengenai akibat dari suatu perilaku (*behavioral belief*). Dalam konteks ini, masyarakat akan memiliki keinginan untuk membeli makanan olahan yang berlabel halal apabila mereka telah yakin bahwa membeli produk makanan olahan yang sudah berlabel halal adalah hal yang positif dan menguntungkan bagi mereka, niat masyarakat untuk membeli makanan olahan yang berlabel halal akan rendah apabila mereka mempersepsikan membeli makanan olahan yang berlabel halal tidak ada gunanya dan hanya akan merugikan mereka.

Sementara keyakinan positif dari masyarakat dapat diasumsikan dari tingkat religiusitas mereka, masyarakat yang memiliki tingkat keyakinan yang tinggi terhadap agama maka mereka akan mempersepsikan bahwa membeli makanan olahan yang berlabel halal merupakan hal yang menguntungkan. Persepsi dari masyarakat diungkapkan melalui sikap individu yang belum tentu sesuai dengan kenyataannya. Oleh karena itu, dapat dipahami apabila makanan olahan yang berlabel halal yang diterima oleh masyarakat bernilai positif maka akan berpengaruh positif juga terhadap keputusan masyarakat untuk membeli makanan olahan yang berlabel halal.

2. Norma Subyektif

Norma subyektif diartikan sebagai persepsi atau pandangan individu atas tekanan sosial atau kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi

²⁶ Ajzen, Ibid.

niat untuk berperilaku maupun tidak.²⁷ Norma subyektif dapat diukur langsung dengan menilai perasaan konsumen tentang seberapa relevan orang lain yang akan menyetujui atau tidaknya untuk konsumen berperilaku. Seseorang cenderung tertarik apabila orang lain menyarankan untuk melaksanakan suatu perilaku maka tekanan sosial yang dirasakan dalam dirinya akan semakin besar, sebaliknya jika tidak ada orang lain yang memberikan pengaruh apapun maka tekanan sosial dalam dirinya akan cenderung berkurang.

3. Persepsi Pengendalian Diri

Persepsi kontrol perilaku merupakan penilaian individu tentang ada atau tidaknya faktor yang mendukung untuk melakukan perilaku, atau kesulitan maupun kemudahan untuk mewujudkan perilaku berdasarkan pengalaman yang telah dialami individu.²⁸ Adanya faktor pendukung menjadi peran penting dalam pengendalian atas kontrol perilaku seseorang. Jika seseorang telah memiliki sikap yang positif, adanya dukungan dari orang sekitar ataupun hambatan untuk melakukan sesuatu maka orang tersebut akan tetap memiliki niat yang kuat.

2.2 Kajian Variabel Penelitian

2.2.1 Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler, keputusan pembelian merupakan suatu perilaku konsumen untuk membentuk referensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling diminati. Proses pengambilan keputusan yang sulit seringkali melibatkan beberapa

²⁷ Nadhira Afdalia, Grace T. Pontoh, and Kartini Kartini, 'Theory of Planned Behavior Dan Readiness for Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010', *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18.2 (2014), 110–23 <<https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art3>>.

²⁸ Dani Kusumastuti Kusumastuti, 'Minat Beli Produk Halal di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis', *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2.2 (2020), 27–50 <<https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929>>.

keputusan. Inti dalam pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan antara pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantara hal tersebut.²⁹

2. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku pembelian merupakan studi mengenai bagaimana seseorang, kelompok atau organisasi dalam memilih, menggunakan, dan bagaimana barang dan jasa, ide atau pengalaman dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah sebagai berikut :³⁰

a. Faktor budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam bagi perilaku konsumen. Faktor ini dibagi menjadi budaya, sub budaya dan kelas sosial pembeli.

1. Budaya (*Culture*) merupakan salah satu penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya, dan budaya berpengaruh pada perilaku pembelian bisa sangat bervariasi dari satu Negara ke Negara lainnya.
2. Sub budaya mengandung kelompok lebih kecil yang membagi sistem nilai berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi yang umum. Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dll.
3. Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat dimana anggotanya berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak hanya ditentukan oleh faktor pendapatan, melainkan kombinasi antara pekerjaan, pendidikan, kekayaan, pendapatan, dll.

²⁹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: PT', *Indek Kelompok Gramedia*, 2007.

³⁰ *Ibid*, h.159

b. Faktor Sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

1. Kelompok mempunyai pengaruh langsung dan tempat dimana seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan. Sebaliknya, kelompok referensi bertindak sebagai titik perbandingan langsung atau tidak langsung dalam membentuk perilaku seseorang.
2. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen paling penting dalam masyarakat,. Pemasar tertarik pada peran dan pengaruh suami, istri serta anak-anak dalam pembelian barang dan jasa yang berbeda.
3. Peran dan status sosial diharapkan dilakukan oleh seseorang yang sesuai dengan orang-orang sekitarnya. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa karakteristik seperti usia dan tahap siklus hidup konsumen, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian diri.

d. Faktor Psikologis

Pilihan dalam keputusan pembelian seseorang juga dapat dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama antara lain motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap.

3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Proses psikologis dasar dapat memainkan peranan penting dalam memahami konsep bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Dalam proses keputusan pembelian terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi produk, evaluasi alternatif,

keputusan pembelian dan pasca pembelian dan kepuasan sesudah pembelian.³¹

4. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong terdapat 4 indikator keputusan pembelian, antara lain :³²

- a. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi mengenai produk yang diinginkan.
- b. Memutuskan untuk membeli produk karena merek yang paling disukai.
- c. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
- d. Membeli karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain untuk membeli produk tersebut.

2.2.2 Label Halal

1. Pengertian Label Halal

Islam mengajarkan umat muslim untuk mengkonsumsi produk yang halal. Secara umum, halal berarti situasi atau perilaku yang diperbolehkan, diizinkan, atau legal secara syari'at islam.³³ Produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, 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, termasuk dalam bahan produksi yang diolah melalui berbagai proses rekayasa genetika yang pengolahannya tidak bertentangan dengan syari'at Islam.³⁴

³¹ Kotler and Keller.

³² Kotler and Keller, Ibid.

³³ Sofyan Hasan, 'Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi di Indonesia, Yogyakarta : Aswaja Pressindo', 2014, h.138.

³⁴ Hasan. h.146

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

*Artinya : Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.*³⁵

Menurut Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168 menyatakan prinsip dasar dari sertifikasi halal adalah halal (diperbolehkan) dan *thoyyiban* (bermanfaat). Hal ini memberi gambaran untuk umat muslim di dunia bahwa sesuatu yang masuk ke dalam tubuh haruslah sah menurut hukum Islam dan juga bermanfaat bagi dirinya sendiri. Oleh karena itu Labelisasi halal yang tercantum didalam produk akan memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran Islam, atau produk tersebut terhindar dari unsur haram dan dapat dikonsumsi aman oleh masyarakat muslim.

Pemerintah telah menetapkan label Halal Indonesia berdasarkan Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal. Label halal merupakan label yang memuat tentang keterangan halal dengan standar halal menurut agama islam. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 mengenai label halal merupakan keterangan mengenai suatu produk berbentuk gambar, tulisan atau bentuk lainnya yang ditempelkan pada bagian kemasan produk.³⁶

Berdasarkan Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan label halal adalah tanda kehalalan suatu produk. Kewenangannya berada pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal yang disingkat BPJPH yang merupakan badan yang dibentuk oleh Pemerintah untuk menyelenggarakan Jaminan Produk Halal untuk memastikan bahwa produk

³⁵ 'Tafsir Al Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 168' <<https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-168>>.

³⁶ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 1 ayat

tersebut sudah lolos pengujian kehalalan sesuai syariat Islam, sedangkan kewenangan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam hal ini adalah sebagai wadah musyawarah para ulama, zuama, dan cendekiawan muslim dan dapat juga berperan sebagai Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang bertugas untuk melakukan kegiatan pemeriksaan dan/atau pengujian terhadap kehalalan Produk. Pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut.³⁷ Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk melindungi dan memberikan kepastian hukum kepada konsumen terutama bagi konsumen yang beragama islam.

2. Indikator Label Halal

Berdasarkan peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, label halal diukur dengan indikator sebagai berikut :³⁸

- a) Gambar, adalah hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola.
- b) Tulisan, adalah hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca oleh konsumen.
- c) Kombinasi gambar dan tulisan, adalah gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
- d) Menempel pada kemasan, adalah sesuatu yang melekat pada kemasan.

3. Prosedur dan Mekanisme Pencantuman Label Halal

Adapun mekanisme pelaksanaan proses labelisasi halal di indonesia yang dilakukan oleh perusahaan makanan atau yang ingin mengajukan permohonan pemberian labelisasi halal pada produk produksi dapat dilakukan beberapa cara sebagai berikut :³⁹

³⁷ Adinugraha, Isthika, and Sartika, Ibid.

³⁸ Tengku Putri Lindung Bulan, Khairul Fazrin, and Muhammad Rizal, 'Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6.2 (2018), 729–39 <<https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>>.

³⁹ Arif Krisdiansyah, 'Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Korea Shin Ramyun (Studi Kasus Pada Remaja Muslim Di Kecamatan Senapelan)' (Universitas Islam Riau, 2020).

1. Mengajukan permohonan sertifikasi halal dengan memenuhi persyaratan sebagai berikut :
 - a. Mengisi formulir permohonan sertifikasi halal
 - b. Mengisi formulir pernyataan bahan
 - c. Mengisi formulir pernyataan sertifikasi
 - d. Menyerahkan dokumen-dokumen dari bahan yang digunakan meliputi nama, alamat produsen, sertifikasi halal, dll.
 - e. Menyerahkan diagram alur produksi
 - f. Membayar biaya-biaya sertifikasi
2. Membuat Surat pernyataan pengangkatan auditor internal halal
3. Membuat pernyataan kesediaan untuk menyusun dan menerapkan sistem jaminan halal
4. Menerima tim auditor LPPOM-MUI untuk melakukan pemeriksaan kelokasi
5. Hasil Pemeriksaan akan dilaporkan dalam rapat tim untuk selanjutnya akan dibawa ke sidang komisi fatwa
6. Dalam keadaan tertentu yang membutuhkan pengujian laboratorium maka akan dilakukan pengujian
7. Apabila tidak terdapat masalah dalam proses pemeriksaan maka sertifikat halal akan diterbitkan dan label halal dapat dicantumkan pada setiap kemasan makanan dan minuman.

4. Manfaat Label Halal

Label halal pada kemasan produk sangat penting bagi konsumen Muslim. Sertifikasi Halal MUI pada makanan, obat-obatan, kosmetik, dan produk lainnya memberikan kepastian tentang status kehalalan, sehingga konsumen merasa tenang saat mengonsumsinya. Selain pertimbangan moral yang harus dijaga bagi umat Islam, label halal juga menjadi alat pemasaran yang kuat bagi perusahaan saat ini. Mengingat umat Islam adalah salah satu pasar terbesar di dunia, produk halal menjadi faktor penentu dalam strategi

produk di bauran pemasaran, sehingga menarik minat pasar Muslim pada produk halal.⁴⁰

2.2.3 *Religiusitas*

1. **Pengertian *Religiusitas***

Religiusitas berasal dari kata *religi* dalam bahasa latin “*religio*” yang memiliki arti mengikat. Artinya ikatan manusia pada suatu hal hingga kata *religi* lebih bersifat personalistik, maknanya 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. Berfungsi untuk mengikat individu atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam sekitarnya. Menurut Michel Maoyer, agama atau *religi* adalah seperangkat peraturan juga keyakinan yang pasti untuk membimbing manusia pada tindakanya kepada tuhan, sesamanya, serta dirinya.⁴¹ *Religiusitas* juga diartikan sebagai kesadaran individu akan pengetahuan, dan kesediaan untuk menerima ajaran keyakinannya, dan itu menjadi keyakinan pribadi, keyakinan internal, yang diwujudkan dalam kegiatan sehari-hari.

Menurut Romdhoni dan Haris, *Religiusitas* adalah tingkat di mana seseorang dapat berkomitmen atau setia kepada agamanya. Secara umum, agama diketahui memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap seseorang.⁴² Pengaruh ini terlihat pada identitas, karakter diri, dan nilai diri seseorang yang pada akhirnya mempengaruhi cara seseorang mengkonsumsi. Bagi seorang muslim, *religiusitas* bisa diketahui dari seberapa jauh

⁴⁰ Bulan, Fazrin, and Rizal.

⁴¹ Nashori Fuad, ‘Hubungan *Religiusitas* Terhadap Etos Kerja dan Produktifitas Karyawan pada Thesis S2, Erike Anggraini’.

⁴² Abdul Haris Romdhoni and Dita Ratna Sari, ‘Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan *Religiusitas* Terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4.02 (2018), 136 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>>.

pengetahuannya, keyakinannya, pelaksanaannya, juga pengahayatanya atas agama Islam.

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

﴿يٰۤاَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُّوْا مِنَ الطَّيِّبٰتِ وَاَعْمَلُوْا صٰلِحًا اِنِّىۤ بِمَا تَعْمَلُوْنَ عَلِيْمٌ

Artinya: “Wahai sekalian UtusanKu. makanlah dari yang halal dan beramallah yang shalih. Sesungguhnya Aku sangat mengetahui apapun yang kamu kerjakan (amalkan)”.⁴³

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

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa 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 jasmani maupun kebutuhan rohani, yang mana hal tersebut diimplementasikan dengan mengarah pada hatinya, pikirannya juga perasaannya untuk senantiasa menjalani ajaran agamanya.

⁴³ NU Online, 'Surat Al-Mu'minun Ayat 51' <<https://quran.nu.or.id/al-mu'minun/51>>.

2. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi *Religiusitas*

Menurut Thouless, faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan adalah sebagai berikut :⁴⁴

1. Faktor pendidikan atau pengajaran

Faktor ini mencakup pada semua pengaruh sosial yang ada dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang sudah disepakati oleh lingkungan tersebut.

2. Faktor Pengalaman

Faktor ini berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan.

3. Faktor kehidupan

Faktor-faktor ini muncul dari kebutuhan - kebutuhan yang belum terpenuhi diantaranya yaitu kebutuhan terhadap rasa aman, kebutuhan terhadap cinta kasih, dan kebutuhan terhadap harga diri.

4. Faktor intelektual

Hal ini berkaitan dengan proses pemikiran verbal khususnya dalam pembentukan kepercayaan keagamaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwasanya setiap individu mempunyai kadar atau tingkat *religiusitas* yang berbeda, hal ini dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang bisa memberikan pengaruh terhadap *religiusitas* itu suatu kebutuhan individu yang harus segera dipenuhi misalnya kebutuhan akan

⁴⁴ Sayyidatul Maghfiroh, 'Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah', *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7.3 (2018), 213-22.

rasa aman, harga diri, cinta kasih. Sedangkan pengaruh faktor eksternal contohnya pendidikan formal, pendidikan agama dalam lingkup keluarga, tradisi-tradisi sosial yang memiliki arti nilai keagamaan, dan tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu.

3. Indikator *Religiusitas*

Ancok dan Suroso menjelaskan bahwa *religiusitas* memiliki 5 dimensi yaitu sebagai berikut :⁴⁵

1. Dimensi keyakinan yaitu dimensi dari keberagamaan yang kaitanya erat dengan apa yang harus dipercayai, seperti misalnya kepercayaan akan adanya Tuhan, Nabi, Malaikat, surga dan sebagainya.
2. Dimensi peribadatan yaitu dimensi keberagamaan yang kaitanya dengan sejumlah perilaku, yang mana perilaku tersebut telah ditetapkan oleh agama, misalnya shalat, zakat, berpuasa, dan sebagainya.
3. Dimensi penghayatan yaitu menunjukkan sejauh mana seseorang merasakan dan mengalami perasaan-perasaan yang berkaitan dengan keyakinannya, seperti merasa tentram dan bahagia dekat dengan Allah, khusyuk dalam ibadah, tawakal dan lain sebagainya.
4. Dimensi pengetahuan agama merupakan dimensi yang berkaitan dengan pemahaman dan pengetahuan seseorang terhadap ajaran agama yang di anutnya.
5. Dimensi pengalaman yaitu dimensi yang mengacu pada pengaruh nilai-nilai agama yang dianutnya dan diaplikasikan melalui sikap dan perilaku yang memberikan pengaruh positif dalam kehidupan sehari-hari, Misalnya seperti sedekah, menjenguk orang sakit, mempererat silaturahmi dan lain sebagainya.

Ancok dan Suroso menjelaskan bahwasanya dimensi kepercayaan (aqidah), peribadatan (syariat) dan pengalaman (akhlak) akan disertai

⁴⁵ Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori Suroso, 'Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem Problem Psikologi', 2011.

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.

Ancok dan Suroso mengatakan 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 ibadah.

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ ۚ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ
وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ

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)

Sebagaimana telah kita ketahui bahwa keberagaman dalam islam tidak hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah saja, tetapi juga dalam aktifitas-aktifitas lainnya. Sebagai sistem yang menyeluruh, islam mendorong pemeluknya untuk beragama 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.⁴⁶

⁴⁶ NU Online, 'Surat Al- Bayyinah Ayat 5' <<https://quran.nu.or.id/al-bayyinah/5>>.

2.2.4 Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut M. Suyatno kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan.⁴⁷ Menurut Garvin dan Davis kualitas produk merupakan kondisi yang berhubungan dengan produk, tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau sesuai dengan harapan konsumen.⁴⁸ Produk dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat agar dapat menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang nantinya dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Menurut M. Nur Rianto pengertian produk secara sempit merupakan sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berbentuk dan dihimpun dalam bentuk yang serupa dan telah dikenal, sedangkan secara luas produk merupakan sekelompok sifat-sifat yang berwujud dan tidak berwujud yang didalamnya termuat warna, harga, kemasan yang diberikan oleh produsen yang diterima sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen.⁴⁹

2. Tingkatan Produk

Usaha untuk merencanakan suatu produk yang ditawarkan kepasar, dimana perencana produk harus berpikir mendalam dengan memahami 5 tingkatan produk sehingga mampu menambah lebih banyak nilai pelanggan diantaranya :⁵⁰

- a. Produk utama, merupakan produk yang sesungguhnya dibeli oleh konsumen karena memiliki manfaat.

⁴⁷ M. Suyanto, Marketing strategy top brand Indonesia, (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2007), h.110

⁴⁸ Garvin dan davis, Manajemen Terpadu Edisi kedua, Sebagaimana dikutip dalam karangan M.N.Nasution, h.3

⁴⁹ M.Nur Rianto Al Arif, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 139-140.

⁵⁰ Marius P.Angiospora, Dasar-Dasar Pemasaran, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2002), h.153-154

- b. Produk dasar, merupakan produk yang tidak mencerminkan fungsional dari suatu produk.
- c. Produk yang diharapkan, merupakan kondisi yang biasanya diharapkan dan disetujui konsumen ketika mereka membeli produk tersebut.
- d. Produk yang ditingkatkan merupakan pelayanan tambahan yang diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan dan mampu melampaui harapan mereka.

3. Indikator Kualitas Produk

Menurut Mullins, dkk terdapat beberapa indikator kualitas produk yang terdiri dari :⁵¹

1. *Performance* (kinerja), adalah manfaat dari sebuah produk yang kita beli memiliki fungsi utama sebagai karakteristik operasi dasar yang berhubungan dengan sebuah produk atau jasa. Hal yang menjadi pertimbangan produk merupakan kinerja yang dapat mempengaruhi karakteristik atau fungsi utama dari sebuah produk itu sendiri.
2. *Durability* (daya tahan), memiliki arti suatu produk dapat diartikan mempunyai ketahanan yang cukup lama maka semakin lama pula pergantian terhadap produk lainnya. Frekuensi pemakaian yang semakin besar pada konsumen terhadap suatu produk maka daya tahan suatu produk semakin besar pula.
3. *Comformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), dikatakan tidak cacat apabila produk tertentu memiliki spesifikasi yang lebih besar.
4. *Features* (fitur) merupakan fitur dari suatu produk yang didesain untuk menambah dan menarik konsumen pada suatu produk. Ide yang ditingkatkan dalam fitur ini biasanya dapat meningkatkan kualitas dari sebuah produk selama pesaing belum memilikinya. Manfaat dasar suatu

⁵¹ Evi Laili Kumrotin and Ari Susanti, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo', *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6.1 (2021), 1 <<https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>>.

produk merupakan dimensi fitur yang memberikan ciri-ciri tambahan untuk melengkapi fungsi produk. Jika suatu fitur dapat ditambahkan untuk konsumen maka fitur tersebut memiliki sifat yang menjadi pilihan bagi konsumen, jadi fitur tersebut harus memiliki manfaat utama yang suah standar.

5. *Aesthetics* (estetika), merupakan bentuk, rasa, bau, dan tampak dapat dilihat dari sebuah produk.
6. *Perceived quaility* (kesan kualitas), suatu barang yang digunakan tidak langsung oleh konsumen sehingga memungkinkan konsumen tidak mengerti terhadap suatu informasi suatu produk yang bersangkutan. Sehingga konsep dari iklan , reputasi, harga, merk dan negara asal didapat konsumen dari sebuah produk.

2.3 Penelitian Terdahulu

Dengan adanya penelitian terdahulu maka peneliti dapat mengetahui persamaan dan perbedaan antar penelitian yang akan diteliti oleh peneliti dengan penelitian terdahulu. Penelitian – penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Hasil	Perbedaan
1.	Muhammad Romi Dian Sukma dan Budhi Cahyono, (2021) ⁵²	Peran Pengetahuan Produk Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk halal dan religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran label halal	Penghapusan variabel pengetahuan produk, Penambahan variabel bebas yaitu label

⁵² Muhammad Romi Dian Sukma and Budhi Cahyono, ‘Peran Pengetahuan Produk Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Label Halal’, *Ekobis*, 22.2 (2021), 22–32.

		Pembelian Melalui Kesadaran Label Halal	dan keputusan pembelian produk halal, dan kesadaran label halal juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.	halal dan kualitas produk, penggunaan produk makanan olahan halal sebagai variabel terikat
2.	Ahmad Fajar Dewantara (2023) ⁵³	Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Halal, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mcdonald's Gresik Kota Baru	Religiusitas berpengaruh positif sebesar 1,5% tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kesadaran halal berpengaruh positif sebesar 1,3% tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, alasan kesehatan berpengaruh positif sebesar 5,2% tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian	Penghapusan variabel kesadaran halal dan alasan Kesehatan, objek penelitian dari Gresik menjadi Ngaliyan, penggunaan sampel menggunakan Teknik incidental sampling sedangkan penelitian ini menggunakan

⁵³ Ahmad Fajar Dewantara, 'Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Halal, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mcdonald's Gresik Kota Baru', 1.2 (2023), 117–27.

				purposive sampling
3.	Ahmad Ulil Albab Al Umar, dkk (2021) ⁵⁴	Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa label halal secara parsial berpengaruh secara signfikan terhadap keputusan pembelian produk Sidomuncul. Kemudian tanggal kadaluarsa secara parsial juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sidomuncul. Secara Bersama - sama label halal dan juga tanggal kadaluarsa memengaruhi keputusan pembelian produk Sidomuncul .	Pengembangan penelitian dengan menambah variabel bebas yaitu religiusitas dan kualitas produk, penghapusan variabel tanggal kadaluwarsa, penggunaan produk makanan oalahan sebagai variabel terikat

⁵⁴ Ahmad Ulil Albab Al Umar and others, 'Pengaruh Label Halal Dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul', *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4.1 (2021), 641–47 <<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>>.

4.	Vera Andini, dkk (2021) ⁵⁵	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang	Hasil analisis menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha pempek di Kota Palembang melalui religiusitas sebagai variabel intervening.	Penambahan variabel religiusitas dan kualitas produk, Penelitian tersebut Menggunakan metode sampel jenuh dan analisis menggunakan SEM berupa PLS, objek penelitian Palembang sedangkan penelitian ini Masyarakat berdomisili di Ngaliyan
5.	Ismunandar, dkk (2021) ⁵⁶	Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa labelisasi Halal dan Kualitas Produk mempunyai	Penambahan variabel religiusitas, produk makanan

⁵⁵ Vera Andini, Dinnul Alfian Akbar, and Chandra Zaky Maulana, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang', *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10.2 (2021), 137–48.

⁵⁶ Muhajirin & Intisari Haryanti Ismunandar, 'Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bima', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1.3 (2020), 266–67.

		Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ukm Di Kota Bima	pengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Bima.	olahan halal sebagai variabel terikat, objek penelitian dari kota bima menjadi Ngaliyan Semarang
6.	Sri wulandari (2021) ⁵⁷	Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian (studi kasus konsumen indomie di sidoarjo)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religusitas dan label halal berpengaruh secara positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen indomie untuk membeli produk indofood di Sidoarjo,	Pengembangan penelitian dengan menambah variabel kualitas produk, dan pengambilan sampel penduduk muslim berdomisili di kecamatan Ngaliyan Semarang
7.	Juniawati (2022) ⁵⁸	Kesadaran Halal dan Religiusitas	Hasil dari penelitian ini yaitu kesadaran halal berpengaruh	Pengembangan penelitian dengan

⁵⁷ Sri Wulandari, 'Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo)', *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4.1 (2021), 31–36 <<https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.754>>.

⁵⁸ Juniawati, 'Kesadaran Halal Dan Religiusitas Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan', 2022.

		Individu dalam Keputusan Pembelian Makanan	signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan religiusitas individu tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian	menambah variabel dependen label halal dan kualitas produk, penghapusan variabel kesadaran halal
8.	Syarifah Khairunnisa, Soian Muhlisin, Yono (2023) ⁵⁹	Pengaruh Pengetahuan produk, Religiusitas dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor	Penelitian ini menghasilkan yaitu variabel pengetahuan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan, dan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan. Pada penelitian ini variabel pengetahuan produk, religiusitas dan	Penghapusan variabel pengetahuan produk, serta objek penelitian dari kota Bogor menjadi Penduduk muslim berdomisili di kecamatan Ngaliyan Semarang

⁵⁹ Syarifah Khairunnisa, Sofian Muhlisin, and Yono Yono, 'Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal Di Kota Bogor', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4.2 (2022), 473–91 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1669>>.

			kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.	
9.	M. Imamuddin, Syahrul & Raymond Dantes (2020) ⁶⁰	Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se Sumatera Barat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kemasan oleh mahasiswa. Dan juga pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kemasan oleh mahasiswa. Religiusitas juga memperkuat pengaruh label halal.	Pengembangan penelitian dengan penambahan variabel dependen yaitu kualitas produk, objek penelitian menggunakan Masyarakat muslim berdomisili di kecamatan Ngaliyan Semarang
10.	Fanika Selvianti, Ibdalsyah, Hilman Hakiem (2020) ⁶¹	Pengaruh Religiusitas, Label Halal, dan Alasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan	Pergantian variabel dependen alasan

⁶⁰ M Imamuddin, Syahrul Syahrul, and Raymond Dantes, 'Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatera Barat', *KABILAH: Journal of Social Community*, 5.1 (2020), 14–25 <<https://doi.org/10.35127/kbl.v5i1.3884>>.

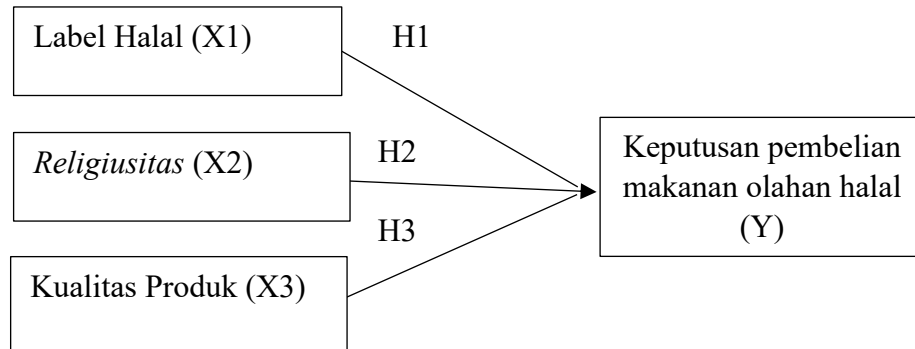
⁶¹ Fanika Selvianti, Ibdalsyah Ibdalsyah, and Hilman Hakiem, 'Pengaruh Religiusitas, Label Halal, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.2 (2020), 183–97 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.515>>.

		Kesehatan terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea	signifikan dari variabel religiusitas terhadap keputusan membeli produk makanan instan Korea, sedangkan variabel label halal berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan membeli produk makanan instan Korea, dan Alasan kesehatan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan membeli produk makanan instan Korea.	Kesehatan menjadi kualitas produk, objek penelitian dari Cibinong menjadi Masyarakat muslim berdomisili Ngaliyan, alat analisis tersebut SEM dengan pendekatan PLS sedangkan penelitian ini SPSS
--	--	--	---	--

2.4 Kerangka Berfikir

Berdasarkan penjelasan teori dan penelitian sebelumnya, maka kerangka berfikir dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) yaitu Label Halal (X1), *Religiusitas* (X2), Kualitas Produk (X3) dan variabel terikat (dependen) yaitu Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis



2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah pernyataan sementara yang dapat diterima sebagai fakta yang ada, ketika fenomena dikenal dan menjadi dasar kerja serta acuan dalam verifikasi.⁶² Hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus di uji secara empiris. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh Label halal terhadap Keputusan Pembelian produk makanan olahan halal

Label halal merupakan pernyataan yang berupa gambar atau tulisan halal yang terdapat dalam kemasan produk untuk menginformasikan produk telah berstatus halal dan aman untuk dikonsumsi dan digunakan oleh umat muslim. BPJPH akan memberikan logo halal pada suatu produk kemasan jika perusahaan yang menaunginya melewati tahap-tahap sertifikasi halal dan telah disetujui. Lembaga tersebut memiliki tugas melakukan penganalisan, penelitian, pengkajian, serta memberikan keputusan bahwa produk tersebut dapat dinyatakan halal baik dari segi isi maupun kemasannya.⁶³

⁶² Moh Nadzir, 'Metode Penelitian Bogor', 2005, 151.

⁶³ Ardani Sahputra dan Hanny Nurlatifah, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand)", Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial Vol.1, No.1 (Februari 2020): h.13.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen, menjelaskan bahwa yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang yaitu sikap dan norma subjektif. Oleh karena itu *Theory of Planned Behavior* (TPB) menambahkan *perceived behavioral control* yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang khususnya dalam mengkonsumsi produk makanan halal. Jika seseorang mempunyai informasi bahwa suatu produk memiliki label halal dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap produk. Dengan begitu, Ketersediaan produk dengan label halal, kemudahan akses untuk mendapatkan informasi tentang kehalalannya dapat mempengaruhi perilaku seseorang.

Peran penting label halal sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh Putri Lindung Bulan dalam jurnal “Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Timiang” dengan kesimpulan label halal memiliki pengaruh signifikan dengan keputusan pembelian.⁶⁴ Serta didukung oleh penelitian Kurnia dan Sudardjat menyatakan label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan.⁶⁵ Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal

2. Pengaruh *religiusitas* terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal

Religiusitas adalah tingkat di mana seseorang dapat berkomitmen atau setia kepada agamanya. Secara umum, agama diketahui memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap seseorang.⁶⁶ Religiusitas yang ada didalam diri seorang bisa dijadikan bahan pertimbangan dan juga dapat memberikan

⁶⁴ Tengku Putri Lindung Bulan, ‘Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang’, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5.1 (2016), 431–39.

⁶⁵ Sari and Sudardjat.

⁶⁶ Romdhoni and Sari, Ibid.

pengaruh seseorang saat akan memilih ataupun mengonsumsi produk halal, semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk makanan olahan 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.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen, Teori ini menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. *Religiusitas* dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan olahan halal melalui sikap individu, dimana individu yang memiliki tingkat *religiusitas* yang tinggi cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap produk makanan olahan halal karena mereka mendasarkan keputusan pembelian mereka pada kepatuhan terhadap ajaran agama mereka. *Religiusitas* juga dapat mempengaruhi norma subjektif seseorang, jika individu berada dalam lingkungan sosial yang secara kolektif menghargai kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama, maka norma subjektif mereka akan cenderung mendukung pembelian produk makanan halal.

Hal ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tiara Khoerunnisa, dkk menunjukkan bahwa kepercayaan agama berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan konsumen.⁶⁷ Kemudian penelitian Lestari menyatakan bahwa *religiusitas* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁶⁸ Oleh karena itu, religiusitas diasumsikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal.

H2 : *Religiusitas* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal

⁶⁷ Khoerunnisa T. and Puspaningrum A, 'Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal Pada Penduduk Kota Malang', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2016.

⁶⁸ Dwi Indah Lestari.

3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal

Kualitas produk akan sangat diperhatikan jika menggunakan strategi pemasaran, karena secara objektif produk yang berkualitas akan memiliki nilai tinggi apabila dilakukan perbandingan dengan produk lainnya. Menurut Kotler & Keller (2012) baiknya kualitas produk suatu produk bisa menjadikan konsumen dengan sukarela mengeluarkan sejumlah uang untuk memperoleh produk yang memiliki kualitas tinggi dalam mencapai kepuasannya.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen, teori ini menjelaskan bagaimana perilaku manusia termasuk dalam membuat keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Persepsi seseorang yang dianggap penting oleh masyarakat dapat mempengaruhi bagaimana seseorang menilai kualitas produk berdasarkan opini orang lain, testimoni, atau rekomendasi. Keyakinan seseorang bahwa mereka dapat memilih produk yang berkualitas dapat memengaruhi niat mereka untuk memutuskan membeli atau menggunakan produk tersebut.

Kualitas produk melalui penelitian Oktavenia & Ardani dinyatakan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian⁶⁹, dimana semakin baik kualitas produk maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian pada produk. hal ini serupa ditemukan pula pada penelitian Ernawati yang mengungkapkan bahwa kualitas produk dan keputusan pembelian memiliki hubungan positif dan signifikan.⁷⁰ Oleh karena itu, kualitas produk diasumsikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan olahan halal.

H3 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli produk makanan olahan halal

⁶⁹ I. Gusti Agung Ketut Sri Ardani. Oktavenia, Kadek Ayuk Riska, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. Diss. Udayana University.', 2018.

⁷⁰ Diah Ernawati, 'Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung', *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7.1 (2019), 17 <<https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>>.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka - angka dan menganalisis menggunakan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ada.⁷¹ Menurut Abdul Hamid, dalam metode penelitian hendaknya menekankan keterbatasan tempat, waktu, dan variabel - variabel yang dibahas. Hal ini penting agar peneliti tetap berada dalam wilayah yang ditelitinya, dan sangat membantu bagi pemula.⁷² Metode yang dipilih untuk melakukan penelitian adalah menggunakan data primer. Metode ini berfokus pada pengumpulan data dari responden yang mempunyai informasi yang memungkinkan peneliti untuk memecahkan permasalahan.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara online melalui link *google form* ataupun *QR Code*. Data yang diambil nantinya berupa angka yang kemudian akan dianalisis lebih lanjut menggunakan aplikasi SPSS. Variabel penelitiannya adalah variabel bebas (independen) yang terdiri dari label halal, *religiusitas*, dan kualitas produk, dan variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian produk makanan olahan halal.

3.2 Sumber Data

Metode pengumpulan sumber data adalah teknik atau metode yang digunakan dalam suatu penelitian bertujuan untuk menjamin bahwa data yang diperoleh dan dianalisis untuk mencapai suatu kesimpulan.⁷³ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

⁷¹ Sugiono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D', 2009, 7–9.

⁷² Sugiono, Ibid.

⁷³ Anton Bawono, Multivariate Analysis dengan SPSS, (Salatiga: STAIN, 2006), hlm.29

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya.⁷⁴ Menurut Sugiyono, data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁷⁵ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan melalui *google form* kepada penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dipublikasikan atau digunakan oleh suatu organisasi atau pengolahnya.⁷⁶ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber informasi yang dipublikasikan oleh penelitian-penelitian sebelumnya seperti website resmi BPS Kota Semarang, jurnal, buku, skripsi, serta artikel yang relevan dengan penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generasi yang meliputi atas objek atau subjek yang mempunyai karakter serta kualitas tertentu yang peneliti telah tetapkan.⁷⁷ Populasi terdiri dari atas objek dan benda-benda alam lainnya termasuk tidak hanya manusia saja melainkan seluruh ciri-ciri benda-benda tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁷⁸ Sampel adalah bagian dari suatu populasi yang

⁷⁴ Ulfa Yuniati, 'Metode Penulisan Laporan KKP', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 2013–15.

⁷⁵ Sugiono, Ibid.

⁷⁶ Siregar Syofian, 'Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS', 2013, 16.

⁷⁷ Sugiono, Ibid.

⁷⁸ Sugiono, Ibid.

memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, atau sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur sedemikian rupa sehingga diharapkan dapat mewakili populasi tersebut.⁷⁹ Penentuan besar sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), karena jumlah populasi tidak diketahui. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* (pemilihan nonrandom) yaitu berupa metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel secara cermat dengan menggunakan kriteria atau ciri- ciri tertentu.⁸⁰

Penelitian ini menggunakan sampel yang sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang
- 2) Penduduk berusia > 17 tahun
- 3) Mempunyai pengetahuan mengenai konsumsi makanan olahan halal atau produk halal dalam islam

Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi tersebut menggunakan metode dengan rumus lemeshow. Berdasarkan sampel rumus lemeshow sebagai berikut:⁸¹

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50 % = 0,5

d = alpha (0,1) atau sampling error = 10 %

⁷⁹ Urip Aryanto, 'Metode Penelitian', *Metode Penelitian*, 1, 2018, 32–41.

⁸⁰ Sugiono, Ibid.

⁸¹ Fajar Adhitya, 'Keputusan Mahasiswa Uin Walisongo Menjadi Nasabah Produk Tabungan "Sierela"', 1 (2019), 7.

Berikut rumus perhitungan dengan nilai alpha yang di tetapkan adalah 10 %

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha/2P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari rumusan diatas besaran sampel berjumlah 96,04 sehingga sampel yang digunakan yaitu 100 responden penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui metode kuesioner dimana responden diberikan berbagai jenis pertanyaan dan jawaban secara tertulis.⁸² Kuesioner akan disebar melalui link *google form* ataupun *QR Code*. Kuesioner nantinya berisi berbagai jenis pertanyaan logis sesuai indikator dan berkaitan dengan masalah penelitian, serta tiap pertanyaan merupakan jawaban- jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis.

Skala Pengukuran yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah skala *likert (likert scale)*. Data responden dikumpulkan dengan skala *likert* yang nantinya akan digunakan untuk melakukan pengukuran pada label halal, *religiusitas*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal.

⁸² Sugiono, Ibid.

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert

Indikator	Alternatif jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	(STS)	1
Tidak setuju	(ST)	2
Kurang setuju	(KS)	3
Setuju	(S)	4
Sangat setuju	(SS)	5

3.4.2 Studi Kepustakaan

Studi pustaka merupakan suatu kegiatan mengumpulkan informasi dan data dari beberapa sumber seperti web resmi BPS Kota Semarang, buku, jurnal, skripsi, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jurnal-jurnal yang relevan dan berhubungan dengan penelitian ini.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Terdapat empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain : tiga variabel bebas X1 (Label halal), X2 (*Religiusitas*), X3 (Kualitas produk) dan satu variabel terikat Y (Keputusan Pembelian produk makanan olahan halal). Masing-masing variabel tersebut dapat diukur menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi variabel-variabel yang digunakan dalam kuesioner, sehingga lebih tepat dan sesuai dengan metode yang digunakan.

3.5.1 Variabel Penelitian

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

a. Variabel bebas (independen)

Variabel bebas sering juga disebut juga variabel prediktor adalah variabel yang mempunyai pengaruh positif dan negatif terhadap variabel

terikat.⁸³ Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari Label Halal (X1), *Religiusitas* (X2), dan Kualitas Produk (X3).

b. Variabel terikat (dependen)

Variabel ini biasa disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, dalam Bahasa Indonesia sering juga disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal (Y).

3.5.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.⁸⁴ Definisi operasioanal dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen penjelasannya sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian	Definisi	Indikator
Label Halal (X1)	Label halal merupakan label yang memuat tentang keterangan halal dengan standar halal menurut agama islam. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 mengenai label halal merupakan	1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi gambar dan tulisan 4. Menempel pada kemasan ⁸⁶

⁸³ Tarisa, Ibid.

⁸⁴ Jonathan Sarwono, 'Metode Kuantitatif', 67–68.

⁸⁶ Bulan, Fazrin, and Rizal.

	keterangan mengenai suatu produk berbentuk gambar, tulisan atau bentuk lainnya yang ditempelkan pada bagian kemasan produk. ⁸⁵	
<i>Religiusitas</i> (X2)	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. ⁸⁷	1. Keyakinan 2. Peribadatan 3. Penghayatan 4. Pengetahuan 5. Pengalaman⁸⁸
Kualitas Produk (X3)	Kualitas produk merupakan kondisi yang berhubungan dengan produk, tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau sesuai	1. kinerja 2. daya tahan 3. kesesuaian dengan spesifikasi 4. fitur 5. estetika

⁸⁵ Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 1 ayat

⁸⁷ Suroso dan Ancok, "psikologi islam : solusi islam atas problem psikologi",2011,Ibid.

⁸⁸ Suroso, Ibid

	dengan harapan konsumen. ⁸⁹	6. kesan kualitas ⁹⁰
Keputusan pembelian produk makanan olahan halal (Y)	Minat beli didefinisikan sebagai perilaku ataupun keinginan seseorang sebelum melakukan tindakan membeli yang didasarkan pengalaman terhadap suatu produk. ⁹¹	1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi mengenai produk yang diinginkan. 2. Memutuskan untuk membeli produk karena merek yang paling disukai. 3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. 4. Membeli karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain untuk membeli produk tersebut. ⁹²

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus statistik yang disebut regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah

⁸⁹ Garvin dan davis, Manajemen Terpadu Edisi kedua, Sebagaimana dikutip dalam karangan M.N.Nasution, h.3

⁹⁰ Kumrotin and Susanti, Ibid.

⁹¹ Assael, Ibid.

⁹² Kotler and Keller, Ibid.

teknik memperkirakan hubungan kualitas antara variabel yang telah ditetapkan berdasarkan teori. Dengan menggunakan aplikasi SPSS. Dalam analisis regresi linier berganda menggunakan analisis data dengan:

3.6.1 Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui keakuratan instrumen pengukuran penelitian. Variabel adalah ukuran yang sebenarnya dari apa yang diukur yaitu ketepatan dan ketelitian tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya.⁹³ Uji validitas adalah sebuah data yang kebenarannya bisa diyakini sesuai dengan kenyataan. Uji validitas dipergunakan dalam melakukan pengukuran sah ataupun valid tindakan suatu kuesioner. Kriteria dalam 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 kuisoner tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya/ reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini memakai rumus *Cronbach Alpha (a)*, guna mencari tahu tingkat reliabilitas instrument dari variabel suatu penelitian. Dalam suatu penelitian dapat dikatakan reliable atau handal ketika uji statistic *Cronbaach Alpha* $> 0,6$ dan apabila *Cronbaach Alpha* $< 0,6$ dinyatakan tidak reliable. Nilai reliabilitas dalam uji ini adalah kolom *Reliability Statistic (Cronbch's Alpha)*.⁹⁴

⁹³ Eti Rochaety, Ratih Tresnati, and Abdul Madjid Latief, *Metodologi Penelitian Bisnis: dengan Aplikasi SPSS*, Mitra Wacana Media, 2019.

⁹⁴ M.Pd. Prof. Dr. A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, 2019.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik adalah rangkaian dari proses penganalisisan dari metode regresi linier. Adapun uji asumsi klasik ini meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Jika signifikansi $> 0,05$ maka residual terdistribusi secara normal. Normalitas data bisa dilihat dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013) sebagai berikut:⁹⁵

- Jika nilai *Exact. Sig. (2- tailed)* $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.
- Jika nilai *Exact. Sig. (2- tailed)* $< 0,05$ maka data terdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolenialitas

Uji multikolinealitas artinya antara variabel bebas yang ada didalam model regresi memiliki hubungan yang linier yang sempurna atau hampir sempurna. Model regresi yang baik tidak memerlukan korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebas. Konsekuensi adanya multikolinealitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Uji multikolienalitas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (*variance Inflation Factor*) dan koefisien antara variabel bebas. Kriteria yang digunakan sebagai berikut:

- Memiliki nilai VIF (*variance Inflation Factor*) ≤ 10 .
- Memiliki nilai TOLERANCE $\geq 0,10$

⁹⁵ Imam Ghoozali, 'Apilikasi Analissis Multivarianted dengan Programe SPSS', 2013, 29.

Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala multikolinealitas.

3. Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat perbedaan variasi residual periode pengamatan satu ke periode pengamatan selanjutnya.⁹⁶ Deteksi Heteroskedastitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPERD (Nilai Prediksi) dengan SRESID (Nilai Residualnya). Jika *scatterplot* membentuk pola tertentu, hal ini menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat. Sebaliknya jika *scatterplot* menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat.

3.6.3 Uji Hipotesis

1. Parsial (Uji T)

Tujuan dari uji t adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan menggunakan program komputer SPSS. Dibawah ini kriteria pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis yaitu menggunakan statistik t pada penelitian ini sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

⁹⁶ Ravi Dwi Wijayanto, 'Loc Cit.'

2. Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka hipotesis diterima
- Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka hipotesis ditolak

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel-variabel (Y) bebas bisa memberi sebuah penjelasan terhadap variabel terikat (X), nilai koefisien determinan (R^2) yaitu antara nol dan satu. Ketika nilai (R^2) mendekati 1 (1) maka variabel-variabel independen dapat memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memperkirakan variasi variabel dependen. Dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar nol, menunjukkan bahwa variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat, secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crassection*) relative rendah karena terdapat perbedaan yang besar antar masing-masing pengamatan. Sedangkan data runtun waktu (*time Series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.⁹⁷

3.6.4 Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda adalah hubungan antara satu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X). Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui apakah Label halal, religiusitas dan kualitas produk (variabel independen) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan

⁹⁷ Wahyudi Tri Setyo, 'Konsep Dan Penerapan EKONOMETRIKA Menggunakan E-VIEWS, Ed. by Monalisa', 2016.

halal (variabel dependen) penduduk beragama islam di Kecamatan Ngaliyan Semarang. Bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_2$ = Koefisien Regresi Berganda

X1 = Label Halal

X2 = Religiusitas

X3 = Kualitas Produk

e = error

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan studi kasus pada penduduk muslim Kecamatan Ngaliyan Semarang sebagai konsumen produk makanan olahan halal.

4.1.1 Gambaran Umum Kecamatan Ngaliyan Semarang

Ngaliyan merupakan salah satu kecamatan yang berada di barat Kota Semarang di Jawa Tengah, berbatasan dengan Kecamatan Mijen, Semarang Barat dan Tugu. Sebelum Ngaliyan menjadi Kecamatan sendiri, Ngaliyan merupakan Kelurahan di wilayah Kecamatan Tugu. Namun, mengingat potensi pengembangan dan luasnya, akhirnya dialihfungsikan menjadi sebuah Kecamatan. Ngaliyan terletak di sebelah barat pusat Kota Semarang dengan letak strategis penghubung antara Semarang dan Kendal. Selain itu, karena letaknya cukup tinggi dan tidak beresiko banjir sehingga cocok untuk dijadikan kawasan pemukiman. Ngaliyan memiliki fasilitas umum yang relatif baik. Mulai dari pasar tradisional, tempat beribadah (masjid, gereja), terminal angkutan umum, sekolah umum, perumahan, dll.

Kantor Kecamatan Ngaliyan berada terletak di jalan raya Ngaliyan-Boja, kurang lebih 3 km dari Jarakah. Di depan kantor kecamatan terdapat lapangan sepak bola yang biasa digunakan untuk berbagai kegiatan masyarakat, seperti perayaan 17 Agustus, dll. Di seberang lapangan sepak bola Ngaliyan terdapat Masjid Ngaliyan, yang dikenal dengan nama Masjid Darus Syukur. Masjid inilah merupakan pusat kegiatan keagamaan Islam di Ngaliyan dan sekitarnya. Pasar Ngaliyan yang terletak di pinggir jalan raya Ngaliyan-Boja, hanya beberapa puluh meter dari Kantor Kecamatan Ngaliyan, dan merupakan pusat perekonomian utama masyarakat Ngaliyan Semarang.

4.1.2 Letak Geografis Kecamatan Ngaliyan Semarang

Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 1992 tentang Pembentukan Kecamatan di Wilayah Kabupaten Daerah Tingkat II Purbalingga, Cilacap, Wonogiri, Jepara dan Kendal serta penataan Kecamatan di Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Semarang dalam Wilayah Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Tengah, Kecamatan Ngaliyan memiliki luas wilayah 3.181.96 Ha, dan terbagi menjadi 10 wilayah kelurahan, 122 RW, 868 RT. Adapun nama – nama kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Ngaliyan adalah Kelurahan Gondoriyo, Kelurahan Podorejo, Kelurahan Bringin, Kelurahan Purwoyoso, Kelurahan Kalipancur, Kelurahan Bambankerep, Kelurahan Ngaliyan, Kelurahan Tambakaji, Kelurahan Wates dan Kelurahan Wonosari. Pusat pemerintahan Kecamatan Ngaliyan berada di wilayah Kelurahan Ngaliyan.

Kecamatan Ngaliyan merupakan salah satu dari 16 kecamatan yang berada di Kota Semarang yang terletak dipinggiran barat Kota Semarang dan mempunyai batas wilayah sebagai berikut :⁹⁸

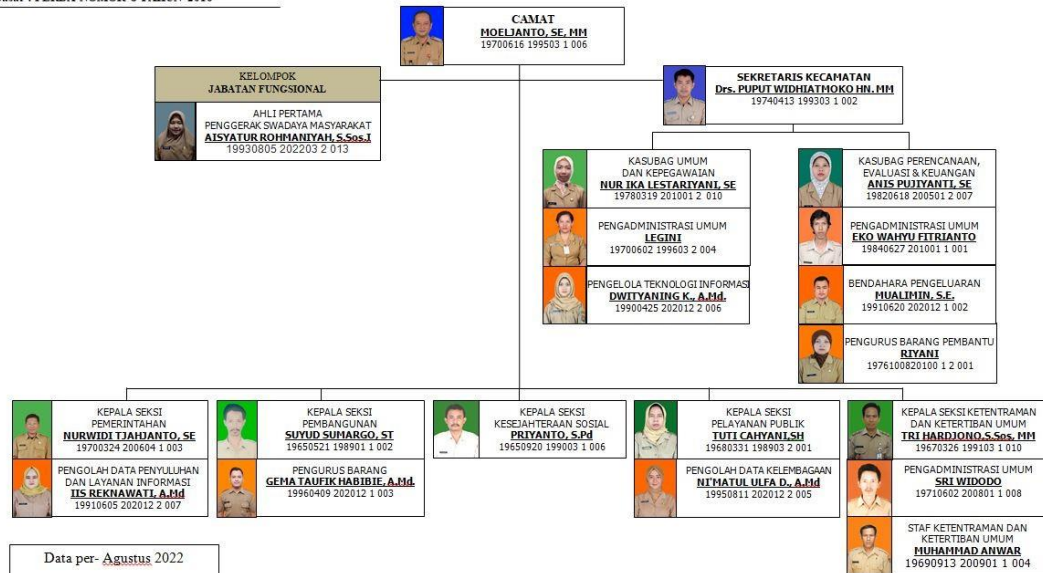
- a. Sebelah Utara : Kecamatan Tugu Kota Semarang
- b. Sebelah Barat : Kabupaten Kendal
- c. Sebelah Selatan : Kecamatan Mijen Kota Semarang
- d. Sebelah Timur : Kecamatan Semarang Barat Kota Semarang

⁹⁸ 'Profil Kecamatan Ngaliyan Semarang' <<https://kecngaliyan.semarangkota.go.id/profil-kecamatan>>.

4.1.3 Struktur Organisasi Kecamatan Ngaliyan Semarang

STRUKTUR ORGANISASI

PEMERINTAH KECAMATAN NGALIYAN
Dasar : PERDA NOMOR 8 TAHUN 2016



Sumber : Kecamatan Ngaliyan Semarang

4.2 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden pada penelitian ini adalah penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang, adapun data karakteristik responden meliputi usia responden dan gender responden sebagai berikut :

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 1 Data Karakteristik Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1.	17 – 20 Tahun	15	15 %
2.	21 – 25 Tahun	69	69%
3.	> 25 Tahun	16	16 %
Jumlah		100	100 %

(Sumber data diolah 2024)

Berdasarkan tabel diatas karakteristik berdasarkan usia dari responden dapat dilihat presentasenya, meliputi usia 17 – 20 tahun berjumlah 15 orang atau 15 %, usia 21 – 25 tahun berjumlah 69 orang atau 69 %, usia > 25 tahun berjumlah 16 orang atau 16 %.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Tabel 4. 2 Data Karakteristik Gender Responden

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki - laki	36	36 %
2.	Perempuan	64	64 %
Total		100	100 %

(Sumber data diolah 2024)

Tabel diatas menjelaskan bahwa responden ada 100 penduduk yang terdiri dari penduduk laki-laki 36 % dan perempuan 64 %. Responden dalam tabel menjelaskan perempuan sebagai responden terbanyak, ini menandakan bahwa responden perempuan lebih banyak membeli produk makanan olahan halal.

4.3 Analisis Data

Untuk menjawab hipotesis pengaruh label halal, *religiusitas*, dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian produk makanan olahan halal. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Analisis regresi linier berganda menggunakan analisis data yaitu:

4.3.1 Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur untuk mengukur seberapa benar, akurat dan valid datanya. Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan cara membandingkan nilai r -hitung dengan nilai r -tabel, suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid, jika ;⁹⁹

- 1) Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf $\alpha = 5 \%$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- 2) Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf $\alpha = 5 \%$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

⁹⁹ Ifada Novikasari, 'Uji Validitas Instrumen', *Seminar Nasional Riset Inovatif 2017*, 1.1 (2017), 530–35 <<https://eproceeding.undiksha.ac.id/index.php/senari/article/download/1075/799>>.

Dalam penelitian ini derajat kebebasan (*Degree of freedom*) adalah $df = n - 2$. Dengan ketentuan n (jumlah responden) adalah 100 responden, jadi besarnya $df = 100 - 2 = 98$ dengan α 0,05 (5%). Maka didapat r tabel 0.1966. Adapun uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Sig.	Ket
Label Halal (X1)	X1.1	0,422	0,1966	0,000	Valid
	X1.2	0,568	0,1966	0,000	Valid
	X1.3	0,583	0,1966	0,000	Valid
	X1.4	0,573	0,1966	0,000	Valid
	X1.5	0,506	0,1966	0,000	Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0,612	0,1966	0,000	Valid
	X2.2	0,556	0,1966	0,000	Valid
	X2.3	0,394	0,1966	0,000	Valid
	X2.4	0,364	0,1966	0,000	Valid
	X2.5	0,646	0,1966	0,000	Valid
	X2.6	0,346	0,1966	0,000	Valid
	X2.7	0,545	0,1966	0,000	Valid
	X2.8	0,564	0,1966	0,000	Valid
	X2.9	0,447	0,1966	0,000	Valid
	X2.10	0,686	0,1966	0,000	Valid
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0,652	0,1966	0,000	Valid
	X3.2	0,604	0,1966	0,000	Valid
	X3.3	0,576	0,1966	0,000	Valid
	X3.4	0,645	0,1966	0,000	Valid
	X3.5	0,507	0,1966	0,000	Valid
	X3.6	0,446	0,1966	0,000	Valid
	X3.7	0,535	0,1966	0,000	Valid
	Y1	0,500	0,1966	0,000	Valid

Keputusan	Y2	0,741	0,1966	0,000	Valid
Pembelian	Y3	0,390	0,1966	0,000	Valid
Produk	Y4	0,589	0,1966	0,000	Valid
Makanan	Y5	0,609	0,1966	0,000	Valid
Olahan Halal (Y)					

Sumber data primer yang diolah (2024)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa syarat kuesioner dikatakan valid yaitu r hitung harus lebih besar dari r tabel = 0,1966, dapat dipenuhi berdasarkan tabel di atas karena r hitung lebih besar dari r tabel, hasil dari seluruh pertanyaan ataupun pernyataan dalam penelitian ini bisa dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan mengetahui seberapa konsisten hasil pengukuran bila dilakukan dua kali atau lebih pengukuran gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik *Alpha Cronbach*.¹⁰⁰

Teknik *Alpha Cronbach* digunakan untuk menunjukkan apakah instrumen penelitian yang kita teliti reliabel atau tidak, suatu penelitian dapat dikatakan tidak reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* < 0,6 dan sebaliknya jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,6 maka dapat dikatakan penelitian tersebut reliabel.

¹⁰⁰ Siti Marlina AZ, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario Di Kecamatan Muara Bulian)', *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18.1 (2018), 116 <<https://doi.org/10.33087/jiubj.v18i1.439>>.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.822	27

Sumber data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.4 menyatakan bahwa semua jawaban dari semua kuesioner dinyatakan reliable, dapat dilihat pada nilai koefisien alpha yaitu 0,822 yang artinya lebih besar dari 0,6.

4.3.2 Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah suatu pengujian untuk mengetahui apakah ada penyimpangan dalam suatu penelitian. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi beberapa uji yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mencari tahu data yang tersedia berdistribusi normal atau tidak, alatnya menggunakan uji *Klomoforov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5% yakni dengan keputusan sebagai berikut ;¹⁰¹

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

¹⁰¹ Syahri Alhusin, 'Aplikasi Statistik Praktis Dengan Menggunakan SPSS 10 For Windows, Yogyakarta: J&J Learning, Edisi Pertama, Cetakan Kedua', hal.262.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86623681
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.100
	Negative	-.120
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.105
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber data primer yang diolah (2024)

Sesuai dengan tabel diatas, menunjukkan nilai signifikan (*Exact. sig. (2-tailed)*) adalah 0,105. Angka signifikan lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa sebaran dalam penelitian ini terdistribusi normal, karena telah memenuhi syarat yaitu nilai signifikan $> 0,05$.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengetahui serta menganalisis apakah ditemukan korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi penelitian. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independennya, dan sebaliknya. Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena multikolinearitas

bila terjadi hubungan linier yang sempurna (*perfect*) atau pasti (*exact*) di antara beberapa atau semua variabel bebas dari suatu model regresi.¹⁰²

- 1) Memiliki nilai $VIF < 10$
- 2) Memiliki nilai $TOLERANCE > 0,10$

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	LABEL_HALAL	.739	1.354
	RELIGIUSITAS	.620	1.614
	KUALITAS_PRODUK	.500	1.999

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut bisa dilihat bahwa nilai *tolerance* pada variabel label halal 0,739, *Religiusitas* 0,620, dan kualitas produk 0,500, yang mana nilai *tolerance* ini lebih besar dari 0,10. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya tidak ada gejala multikolinieritas dan nilai *VIF* pada variabel label halal 1,354, *Religiusitas* 1,614, dan kualitas produk 1,999 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual suatu pengamatan dengan residual pengamatan lain dalam model regresi. Homoskedastisitas terjadi ketika deviasi residual tetap konstan dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, heteroskedastisitas terjadi ketika simpangan simpangan

¹⁰² Agus Tri Basuki, 'Uji Multikolinearitas Dan Perbaikan Multikolinearitas', *Bahan Ajar Ekonometrika*, 2017, 33.

bervariasi.¹⁰³ Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai *ZPERD* (Nilai Prediksi) dengan *SRESID* (Nilai Residualnya).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji White dengan meregresikan variabel - variabel independen. Uji white dilakukan dengan meregresikan residual kuadrat dengan variabel independen, variabel independen kuadrat dan perkalian variabel independen. Dilakukan dengan membandingkan X^2 hitung dan X^2 tabel, apabila X^2 hitung > X^2 tabel maka hipotesis diterima dan sebaliknya apabila X^2 hitung < X^2 tabel maka hipotesis ditolak. Dalam metode white selain menggunakan nilai X^2 hitung, untuk memutuskan apakah data terkena heteroskedastisitas, dapat digunakan nilai probabilitas Chi Square yang merupakan nilai probabilitas uji White. Jika probabilitas Chi Square < α , berarti H_0 ditolak jika probabilitas Chi Square > α , berarti H_0 diterima.¹⁰⁴ Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.355	.290	1.11668

a. Predictors: (Constant), X2X3, X1_2, X2_2, KUALITAS_PRODUK, RELIGIUSITAS, LABEL_HALALL, X3_2, X1X2, X1X3

Sumber data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji white maka didapatkan hasil R square sebesar 0,355 dengan R tabel sebesar 120,990 artinya nilai chi square < chi tabel maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

¹⁰³ Deddy Dyas Cahyono, Rita Andini, And Kharis Raharjo, 'Pengaruh Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan (Size), Leverage (Der) Dan Profitabilitas (Roa) Terhadap Tindakan Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Perbankan Yang Listing Bei Periode Tahun 2011 – 2013', *Media Konservasi*, 2.1 (2016), 11–40

¹⁰⁴ Khoiriah, 'Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian', *Metode Penelitian*, 2022, 32–41.

4.3.3 Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel label halal, *religiusitas* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal. Untuk mengetahui hasil tersebut dapat melalui dua alternatif yaitu dengan membandingkan antara nilai signifikansi $< 0,05$ serta dengan cara membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat diartikan variabel independent mempengaruhi variabel dependen secara parsial (Individu).

Tabel 4. 8 Hasil Uji T

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.797	2.869		2.021	.046
	LABELHALAL	.205	.117	.175	1.752	.083
	RELIGIUSITAS	.107	.067	.176	1.608	.111
	KUALITASPRODUK	.224	.090	.301	2.478	.015

a. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber data primer yang diolah (2024)

$$\begin{aligned}
 T_{tabel} &= ((a/2) ; (n-k-1)) \\
 &= ((0,05 / 2) ; (100-3-1)) \\
 &= ((0,025) ; (97)) = 1,985
 \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Variabel label halal (X1) hasil dari nilai t_{hitung} 1,752 $<$ t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikansi (0,083) $>$ 0,05. Maka H_1 **ditolak** sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal.

- 2) Variabel *religiusitas* (X2) hasil dari nilai $t_{hitung} 1,608 < t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikansi $(0,111) > 0,05$. Maka H_2 **ditolak** sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel *religiusitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal.
- 3) Variabel kualitas produk (X3) hasil dari nilai $t_{hitung} 2,478 > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikansi $(0,015) < 0,05$. Maka H_3 **diterima** sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal.

b. Uji F (simultan)

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

Tabel 4. 9 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140.509	3	46.836	13.040	.000 ^b
	Residual	344.801	96	3.592		
	Total	485.310	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, LABEL_HALALL, RELIGIUSITAS

Sumber data primer yang diolah (2024)

Dalam penelitian ini adalah $f_{tabel} = f(3; n-k) = f(3; 100 - 3) = f(3; 97) = 2,698$ Jadi, Nilai $f_{hitung} > f_{tabel} (13,040 > 2,698)$. Dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, Maka hal ini menunjukan bahwa variabel Label Halal (X1), *Religiusitas* (X2) dan Kualitas Produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Makanan Olahan

Halal pada Penduduk Muslim Berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu $0 < R^2$. Apabila nilai R^2 semakin mendekati 1 menandakan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin kuat. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai R^2 semakin mendekati angka 0 maka menandakan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen kurang informasi. Berikut hasil pengujian koefisien determinan (R^2) :

Tabel 4. 10 Hasil Uji R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.538 ^a	.290	.267	1.89517

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, LABEL_HALALL, RELIGIUSITAS

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber data primer yang diolah (2024)

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dengan aplikasi spss didapatkan hasil data melalui tabel yaitu nilai *R-Square* sebesar 0,267 atau 26,7 %. Maka hal tersebut memiliki arti bahwa besaran pengaruh variabel bebas variabel Label Halal (X_1), *Religiusitas* (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 26,7% dan sisanya 73,3 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menganalisis data yang bersifat *multivariate*. Analisis ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh dari variabel Label Halal, *Religiusitas* dan Kualitas Produk (variabel independen) terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal (variabel dependen) Penduduk Muslim Berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang, yaitu dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.797	2.869		2.021
	LABEL_HALALL	.205	.117	.175	1.752
	RELIGIUSITASS	.107	.067	.176	1.608
	KUALITAS_PRODUK	.224	.090	.301	2.478

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan output pengujian regresi linier berganda serta didapatkan rumus persamaan sebagai berikut :

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

$$Y = 5,797 + 0,205 X_1 + 0,107 X_2 + 0,224 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Variabel Label Halal

β_2 = Koefisien Regresi Variabel *Religiusitas*

β_3 = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk

X1 = Label Halal

X2 = *Religiusitas*

X_3 = Kualitas Produk

e = error

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Koefisien (a) = nilai konstanta dari persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebesar 5,797 menyatakan bahwa jika variabel label halal, religiusitas, dan kualitas produk bernilai nol, maka nilai konstanta dapat menaikkan keputusan pembelian makanan olahan halal sebesar 5,797.
- b. Koefisien X_1 (Label Halal)
Nilai koefisien regresi X_1 dalam persamaan diatas sebesar positif 0,205. Maka artinya setiap kenaikan label halal 1 satuan maka akan menaikkan keputusan pembelian makanan olahan halal sebesar 0,205.
- c. Koefisien X_2 (*Religiusitas*)
Nilai koefisien regresi X_2 dalam persamaan diatas sebesar positif 0,107. Maka artinya setiap kenaikan *religiusitas* 1 satuan maka akan menaikkan keputusan pembelian makanan olahan halal sebesar 0,107.
- d. Koefisien X_3 (Kualitas Produk)
Nilai koefisien regresi X_3 dalam persamaan diatas sebesar positif 0,224. Maka artinya setiap kenaikan kualitas produk 1 satuan maka akan menaikkan keputusan pembelian makanan olahan halal sebesar 0,224.

4.4 Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 100 responden dimana sampel diambil dari penduduk muslim berdomisili di Kecamatan Ngaliyan Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, *religiusitas*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal. Dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0,1966 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 semua variabel memiliki nilai – nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga semua variabel dinyatakan reliabel.

Dalam penelitian ini dari uji regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi bahwa $Y = 5,797 + 0,205 X_1 + 0,107 X_2 + 0,224 X_3 + e$ dengan nilai konstanta sebesar 5,797. Dari hasil uji F bahwa terdapat pengaruh secara simultan sebesar $0,000 < 0,05$. Selain itu dapat dibandingkan antara uji f_{hitung} dan f_{tabel} yang menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar $13,040 > f_{tabel} 2,698$. Kemudian nilai uji R Square menunjukkan angka sebesar 0,267, artinya bahwa semua variabel label halal, *religiusitas*, dan kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 26,7 % terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal dan sisanya 73,3 % dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun uji hasil uji T berdasarkan hipotesis pada penelitian ini diperoleh sebagai berikut :

1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal

Label halal merupakan informasi mengenai kehalalan suatu produk yang tertera dalam kemasan suatu produk yang secara langsung diberikan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal), dimana label tersebut adalah bukti kebolehan dalam mengkonsumsi suatu produk. Status kehalalan suatu produk dapat dilihat pada kemasan produk yang bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim yang membeli produk makanan olahan halal. Sebagai Masyarakat muslim, mengkonsumsi produk makanan halal adalah suatu kewajiban. Oleh karena itu, Masyarakat muslim harus memperhatikan label halal pada setiap kemasan produk untuk mendapatkan jaminan produk makanan olahan halal.¹⁰⁵

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji T dan uji analisis regresi linear berganda, diperoleh nilai label halal sebesar 0,205 satuan artinya ketika variabel independen lain nilainya tetap dan label halal mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai keputusan pembelian produk makanan olahan halal mengalami kenaikan sebesar 20,5 satuan. Jadi semakin tinggi label halal, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian produk makanan olahan halal. Dari hasil uji T diperoleh nilai variabel label halal (X_1)

¹⁰⁵ Nicky Oktaviani, 'Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Pada Masyarakat Muslim Kota Metro)' (IAIN Metro, 2019).

memiliki nilai t hitung $(1,752) < t \text{ tabel } (1,985)$ dan nilai signifikan $(0,083) > 0,05$. Sehingga variabel label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal, yang artinya **H₁ ditolak**.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat muslim di Kecamatan Ngaliyan akan tetap membeli produk makanan olahan meskipun tidak terdapat label halal. Masyarakat di Kecamatan Ngaliyan lebih mementingkan kualitas produk makanan olahan halal karena dalam pola pikir masyarakat dengan adanya kualitas produk yang baik dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi dan tidak menjadi masalah bagi masyarakat di Kecamatan Ngaliyan apabila produk tersebut tidak terdapat label halal. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori yang ada. Label halal seharusnya menjadi kebutuhan penting dalam keputusan pembelian suatu produk makanan olahan. Sebagaimana yang sudah diperintahkan oleh Allah SWT yang tertuang dalam Surat Al-Baqarah ayat 168 :

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

Artinya :Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nicky Oktaviani yang mengatakan bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal.¹⁰⁶ Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia dan Sudardjat yang menyatakan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Oktaviani.

¹⁰⁷ Sari and Sudardjat.

2. Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal

Bagi orang islam, mengkonsumsi makanan halal merupakan bagian penting dari praktik keagamaan mereka. Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung akan memprioritaskan kepatuhan terhadap agamanya dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam memilih makanan karena tingkat religiusitas yang tinggi seringkali berhubungan dengan kesadaran yang lebih besar akan pentingnya kehalalan dalam makanan yang dikonsumsi.

Makanan halal sering dianggap sebagai simbol kebersihan, keamanan, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama. Seseorang yang religius cenderung lebih percaya pada produk makanan yang sesuai dengan ajaran agama dan lebih aman untuk dikonsumsi. Tingkat religiusitas individu secara positif mempengaruhi sikap terhadap produk Halal. Oleh karena itu, ketika tingkat religiusitas konsumen tinggi maka akan semakin tinggi juga tingkat kesadaran sesuai syariat islam.

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji T dan uji analisis regresi linear berganda, diperoleh nilai koefisien religiusitas sebesar 0,107 satuan artinya ketika variabel independen lain nilainya tetap dan religiusitas mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai minat beli produk makanan olahan halal mengalami kenaikan sebesar 10,7 satuan. Jadi semakin tinggi tingkat religiusitas, maka semakin tinggi juga minat beli produk makanan olahan halal. Dari hasil uji T diperoleh nilai variabel religiusitas (X_2) memiliki nilai t hitung (1,608) < t tabel (1,985) dan nilai signifikan (0,111) > 0,05. Sehingga variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal, yang artinya **H₂ ditolak**.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Masyarakat di Kecamatan Ngaliyan tidak memperhatikan aspek *Religiusitas*. Masyarakat di Kecamatan Ngaliyan lebih mementingkan segi kualitas, nilai gizi, serta manfaat produk saat membeli produk makanan olahan. Faktor ini lebih mempengaruhi Keputusan pembelian daripada mempertimbangkan *religiusitas*. Faktor lain juga menunjukkan bahwa terdapat keengganan dalam menambah pengetahuan

mengenai keagamaan, sehingga sebagian besar tidak memahami akan esensi pentingnya kehalalan suatu produk. Masyarakat tetap akan membeli produk makanan olahan asalkan produk tersebut tidak mengandung babi tanpa harus mempertimbangkan *religiusitas* yang dimiliki.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Juniawati yang menyatakan bahwa *religiusitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan.¹⁰⁸ Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lestari mengenai minat membeli produk makanan olahan halal mengatakan bahwa *religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMK.¹⁰⁹

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal

Kualitas Produk dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat agar dapat menarik perhatian, akuisis, penggunaan, atau konsumsi yang nantinya dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi Keputusan pembelian, karena jika suatu produk memiliki kualitas yang semakin baik, maka akan diikuti dengan Keputusan pembelian yang baik, begitupula jika kualitas suatu produk buruk maka Keputusan pembelian pun ikut mengalami penurunan.¹¹⁰

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji T dan uji analisis regresi linear berganda, diperoleh nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,224 satuan artinya ketika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai keputusan pembelian produk makanan olahan halal mengalami kenaikan sebesar 22,4 satuan. Jadi semakin tinggi tingkat kualitas produk, maka semakin tinggi juga

¹⁰⁸ Juniawati.

¹⁰⁹ Dwi Indah Lestari, 'Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Halal, Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Muslim Membeli Produk Umk Berlabel Halal (Studi Empiris Toko Oleh-Oleh Abah Uus)', 1 (2024), 4–6.

¹¹⁰ Cahyani and Hidayat.

keputusan pembelian produk makanan olahan halal. Dari hasil uji T diperoleh nilai variabel kualitas produk (X3) memiliki nilai t hitung (2,478) > t tabel (1,985) dan nilai signifikan (0,015) < 0,05. Sehingga variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal, yang artinya **H₃ diterima**.

Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Masyarakat di Kecamatan Ngaliyan lebih memperhatikan kualitas produk makanan. Karena kualitas produk makanan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian karena dapat memberikan kepuasan langsung kepada masyarakat. Masyarakat cenderung akan membeli produk makanan kembali. Masyarakat di Kecamatan Ngaliyan lebih memperhatikan rasa, kebersihan dan aspek kesehatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Oktavenia dan Ardani yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, Dimana kualitas produk akan meningkatkan Keputusan pembelian konsumen.¹¹¹ Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Maiza, dkk menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.¹¹²

¹¹¹ Oktavenia, Kadek Ayuk Riska.

¹¹² Fiksi Maiza; Agus Sutardjo; Rizka Hadya, 'Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota', 4.2 (2022), 375–86.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan diatas maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel label halal berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal. Dengan hasil uji t- hitung 1,752 dan t -tabel 1,985, maka $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan memiliki taraf signifikan $0,083 > 0,05$. Maka hipotesis ditolak.
2. Variabel religiusitas berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal. Dengan hasil uji t- hitung 1,608 dan t -tabel 1,985, maka $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan memiliki taraf signifikan $0,111 > 0,05$. Maka hipotesis ditolak.
3. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk makanan olahan halal. Dengan hasil uji t- hitung 2,478 dan t -tabel 1,985, maka $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan memiliki taraf signifikan $0,015 < 0,05$. Maka hipotesis diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh label halal, religiusitas, dan kualitas produk, maka peneliti akan memberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha olahan makanan harus mempertimbangkan tiga faktor yang diteliti dalam penelitian diantaranya label halal, religiusitas, dan kualitas produk yang terkandung didalam produk. Saat ini umat islam tidak hanya sekedar menjadi pemeluk agama Islam, namun juga sebagai konsumen atau pasar potensial bagi produk makanan olahan halal.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang serupa. Penelitian selanjutnya dapat menggali faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan minat beli produk makanan olahan halal, dengan menambahkan lebih banyak lagi variabel lain yang mempengaruhi minat beli konsumen atau dapat menambahkan lebih banyak responden dalam penelitian. Hal ini untuk memastikan bahwa tingkat signifikansi yang lebih banyak dicapai dalam penelitian sebelumnya.

3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai kehalalan produk makanan olahan melalui label halal pada kemasan, religiusitas, dan kualitas produk sangat penting untuk diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Fajar, 'Keputusan Mahasiswa Uin Walisongo Menjadi Nasabah Produk Tabungan "Sierela"', 1 (2019), 7
- Adinugraha, Hendri Hermawan, Wikan Isthika, and Mila Sartika, 'Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research', *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 1.3 (2017), 180–95 <<https://doi.org/10.21070/perisai.v1i3.1365>>
- Afdalia, Nadhira, Grace T. Pontoh, and Kartini Kartini, 'Theory of Planned Behavior Dan Readiness for Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010', *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 18.2 (2014), 110–23 <<https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art3>>
- Ajzen, Icek, 'The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processed', 50.2 (1991), 179–211
- Albab Al Umar, Ahmad Ulil, Muammar Taufiqi Lutfi Mustofa, Dessy Fitria, Alfia Miftakhul Jannah, and Yusvita Nena Arinta, 'Pengaruh Label Halal Dan Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul', *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4.1 (2021), 641–47 <<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.348>>
- Alhusin, Syahri, 'Aplikasi Statistik Praktis Dengan Menggunakan SPSS 10 For Windows, Yogyakarta: J&J Learning, Edisi Pertama, Cetakan Kedua', hal.262
- Andini, Vera, Dinnul Alfian Akbar, and Chandra Zaky Maulana, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang', *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10.2 (2021), 137–48
- Aryanto, Urip, 'Metode Penelitian', *Metode Penelitian*, 1, 2018, 32–41
- Assael, Henry, 'Consumer Behaviour 6th Edition. New York: Thompson Learning', 2001
- AZ, Siti Marlina, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan

- Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario Di Kecamatan Muara Bulian)', *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18.1 (2018), 116 <<https://doi.org/10.33087/jiubj.v18i1.439>>
- Basuki, Agus Tri, 'Uji Multikolinearitas Dan Perbaikan Multikolinearitas', *Bahan Ajar Ekonometrika*, 2017, 33
- BPS, Kota Semarang, 'Jumlah Pemeluk Agama (Jiwa) 2020-2022'
- Bulan, Tengku Putri Lindung, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5.1 (2016), 431–39
- Bulan, Tengku Putri Lindung, Khairul Fazrin, and Muhammad Rizal, 'Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6.2 (2018), 729–39 <<https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>>
- Cahyani, Nur Lia, and Wahyu Hidayat, 'Pengaruh Kualitas Produk Makanan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rm. Rindang 84 (Studi Pada Konsumen Rm. Rindang 84 Cabang Pati)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9.3 (2020), 329–34 <<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28102>>
- Cahyono, Deddy Dyas, Rita Andini, and Kharis Raharjo, 'Pengaruh Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan (Size), Leverage (Der) Dan Profitabilitas (Roa) Terhadap Tindakan Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Perbankan Yang Listing Bei Periode Tahun 2011 – 2013', *Media Konservasi*, 2.1 (2016), 11–40 <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ecoenv.2017.03.002>> <http://www.fordamof.org/files/Sistem_Agroforestri_di_Kawasan_Karst_Kabupaten_Gunungkuludul_Untuk_Pengelolaan_Telaga_Sebagai_Sumber_Air_Berkelanjutan.pdf> <<https://extension.msstate.edu/sites/default/files/pu>>
- Chairunnisyah, Sheilla, 'Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika', *Angewandte Chemie International Edition*, 3.2 (2017), 10–27

- Chrismardani, Yustina, 'Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha', *Jurnal Kompetensi*, 10.1 (2016), 91–103
- Dewantara, Ahmad Fajar, 'Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Halal, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mcdonald's Gresik Kota Baru', 1.2 (2023), 117–27
- Dwi Indah Lestari, 'Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Halal, Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Muslim Membeli Produk Umk Berlabel Halal (Studi Empiris Toko Oleh-Oleh Abah Uus)', 1 (2024), 4–6
- Ernawati, Diah, 'Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung', *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7.1 (2019), 17 <<https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>>
- Fathoni, Muhammad Anwar, 'Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.3 (2020), 428 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>>
- Febrian, Yunita Chintya Melly Dwi, and Sugeng Nugroho Hadi, 'QS. Al-Maidah Ayat 88:Urgensi Konsep Makanan Halal Untuk Konsumsi Masyarakat', *Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 2 (2023), 1–6
- Fuad, Nashori, 'Hubungan Religiusitas Terhadap Etos Kerja Dan Produktifitas Karyawan Pada Thesis S2, Erike Anggraini'
- Ghoozali, Imam, 'Apilikasi Analissis Multivarianted Dengan Programe SPSS', 2013, 29
- Hadya, Fiksi Maiza; Agus Sutardjo; Rizka, 'Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota', 4.2 (2022), 375–86
- Hasan, Sofyan, 'Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positip Regulaesi Dan Implementaesi DiIndonesia,Yogyaakarta : Aswaja Presssindo', 2014
- Herianti, Herianti, Siradjuddin Siradjuddin, and Ahmad Efendi, 'Industri Halal Dari Perspektif Potensi Dan Perkembangannya Di Indonesia', *Indonesia Journal of Halal*, 6.2 (2023), 56–64 <<https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19249>>
- HRP, Syaufa Yarda, 'Pengaruh Pencantuman Label Halal Dan Harga Terhadap

- Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Muslim Stabat', 21.1 (2020), 1–9
- Imamuddin, M, Syahrul Syahrul, and Raymond Dantes, 'Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatera Barat', *KABILAH: Journal of Social Community*, 5.1 (2020), 14–25 <<https://doi.org/10.35127/kbl.v5i1.3884>>
- Ismunandar, Muhajirin & Intisari Haryanti, 'Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bima', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1.3 (2020), 266–67
- Izzuddin, Ahmad, 'Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner', *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3.2 (2018), 100–114
- Juniawati, 'Kesadaran Halal Dan Religiusitas Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan', 2022
- Juniwati, 'Kesadaran Halal Dan Religiusitas Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan', *Universitas Tanjungpura*, 2019, 141–56 <www.halalmui.org>
- Khairunnisa, Syarifah, Sofian Muhlisin, and Yono Yono, 'Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal Di Kota Bogor', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4.2 (2022), 473–91 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1669>>
- Khoiriah, 'Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian', *Metode Penelitian*, 2022, 32–41
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: PT', *Indek Kelompok Gramedia*, 2007
- Krisdiansyah, Arif, 'Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Korea Shin Ramyun (Studi Kasus Pada Remaja Muslim Di Kecamatan Senapelan)' (Universitas Islam Riau, 2020)
- Kumrotin, Evi Laili, and Ari Susanti, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo', *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6.1 (2021), 1

<<https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>>

Kusumah, R, Z, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Di Semarang', *Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*, 2011, 73

Kusumastuti, Dani Kusumastuti, 'Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis', *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2.2 (2020), 27–50 <<https://doi.org/10.24090/mabsya.v2i2.3929>>

Maghfiroh, Sayyidatul, 'Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat', *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7.3 (2018), 213–22

Nadzir, Moh, 'Metode Penelitian Bogor', 2005, 151

Novikasari, Ifada, 'Uji Validitas Instrumen', *Seminar Nasional Riset Inovatif 2017*, 1.1 (2017), 530–35 <<https://eproceeding.undiksha.ac.id/index.php/senari/article/download/1075/799>>

Oktavenia, Kadek Ayuk Riska, and I. Gusti Agung Ketut Sri Ardani., 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. Diss. Udayana University.', 2018

Oktaviani, Nicky, 'Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Pada Masyarakat Muslim Kota Metro)' (IAIN Metro, 2019)

Online, NU, 'Surat Al- Bayyinah Ayat 5' <<https://quran.nu.or.id/al-bayyinah/5>>

———, 'Surat Al-Mu'minin Ayat 51' <<https://quran.nu.or.id/al-mu'minin/51>>

Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, 2019

'Profil Kecamatan Ngaliyan Semarang' <<https://kecngaliyan.semarangkota.go.id/profil-kecamatan>>

Ramayanti, F., 'Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk', *Jsmb*, 6.2 (2019), 78–83 <<http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>>

- Rochaety, Eti, Ratih Tresnati, and Abdul Madjid Latief, *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS, Mitra Wacana Media*, 2019
- Romdhoni, Abdul Haris, and Dita Ratna Sari, 'Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4.02 (2018), 136 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>>
- Sari, Dewi Kurnia, and Ilyda Sudardjat, 'Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1 (2015), 49–56
- Sarwono, Jonathan, 'Metode Kuantitatif', 67–68
- Selvianti, Fanika, Ibdalsyah Ibdalsyah, and Hilman Hakiem, 'Pengaruh Religiusitas, Label Halal, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.2 (2020), 183–97 <<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.515>>
- Setya, Devi, *SGIE Report 2023 Resmi Dirilis, Indonesia Tempati Posisi Tiga Besar, 2023* <<https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7110423/sgie-report-2023-resmi-dirilis-indonesia-tempati-posisi-tiga-besar>>
- Setyo, Wahyudi Tri, 'Konsep Dan Penerapan EKONOMETRIKA Menggunakan E-VIEWS, Ed. by Monalisa', 2016
- Sugiono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D', 2009, 7–9
- Sukma, Muhammad Romi Dian, and Budhi Cahyono, 'Peran Pengetahuan Produk Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Label Halal', *Ekobis*, 22.2 (2021), 22–32
- Suroso, Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori, 'Psikologi Islam: Solusi Islam Atas ProblemProblem Psikologi', 2011
- Syofian, Siregar, 'Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungs Manual & SPSS', 2013, 16
- T., Khoerunnisa, and Puspaningrum A, 'Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal Pada Penduduk Kota Malang', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2016

- ‘Tafsir Al Qur’an Surat Al-Baqarah Ayat 168’ <<https://tafsirq.com/2-al-baqarah/ayat-168>>
- Tarisa, Putri, ‘Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal’, 2023, 2023
- Tripuspitorini, Fifi Afiyanti, ‘Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah’, *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4.2 (2019), 54–69
- Ulya, Inarotul, ‘Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, Dan Bahanan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)’, 2021, 6
- Web, Tafsir, ‘Surat Al-an’am Ayat 145’, *September*, 2018 <<https://tafsirweb.com/2269-surat-al-anam-ayat-145.html>>
- Wijayanto, Ravi Dwi, ‘Loc Cit.’
- Wulandari, Sri, ‘Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo)’, *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4.1 (2021), 31–36 <<https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.754>>
- Yulia, Lady, ‘Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal’, *Jurnal Bisnis Islam*, 8.1 (2019), 121–62
- Yuniati, Ulfa, ‘Metode Penulisan Laporan KKP’, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 2013–15
- YunitaWulandari, ‘Pengaruh Kesadaran Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Produk Kripik Pisang Pak DJ Di Kota Jambi”SkripsiEkonomiSyariah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi’, 2020
- Yusuf, Muhammad, Eva Ulvah Rahayu, and Stie Mahaputra Riau, ‘Produk Mixue Melalui Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Di Kota Pekanbaru)’, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4 (2024), 7082–93

LAMPIRAN

A. Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH LABEL HALAL,
RELIGIUSITAS, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLAHAN HALAL
(Studi Kasus Penduduk Muslim Berdomisili di Kecamatan Ngaliyan
Semarang)

a. Profil Responden

1. Nama Lengkap :
2. Usia :
 - 17 – 20 tahun
 - 21 – 25 tahun
 - > 25 tahun
3. Jenis Kelamin :
 - Laki – laki
 - Perempuan
4. Alamat Domisili :
 - Kelurahan Ngaliyan
 - Kelurahan Beringin
 - Kelurahan Podorejo
 - Kelurahan Wates
 - Kelurahan Bambankerep
 - Kelurahan Kalipancur
 - Kelurahan Purwoyoso
 - Kelurahan Tambakaji
 - Kelurahan Gondoriyo
 - Kelurahan Wonosari
5. Pekerjaan :

b. Data Kuesioner

Petunjuk pengisian kuesioner :

Ada 5 (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing – masing pernyataan, yaitu :

Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

Tidak Setuju (TS) = Skor 2

Kurang Setuju (KS) = Skor 3

Setuju (S) = Skor 4

Sangat Setuju (SS) = Skor 5

1. Label Halal (X1)

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			STS	TS	KS	S	SS
1.	Gambar	Terdapat logo halal dalam kemasan produk makanan olahan adalah hal yang penting					
		Sebelum membeli makanan olahan, saya melihat terlebih dahulu sudah terdapat logo halal atau belum					
2.	Kombinasi gambar dan tulisan	Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar halal MUI pada kemasan makanan sebelum melakukan pembelian					

		Saya tertarik membeli makanan yang terdapat tulisan “Halal” pada kemasan makanan terbaca dengan jelas					
3.	Menempel pada kemasan	Label halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan olahan halal					

2. Religiusitas (X2)

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			STS	TS	KS	S	SS
1.	Keyakinan	Keyakinan agama mengharuskan saya mengkonsumsi produk makanan olahan halal					
2.	Peribadatan	Sebelum makan saya selalu berdoa					
		Ketika makan saya selalu menggunakan tangan kanan					
3.	Penghayatan	Saya merasa nyaman ketika mengkonsumsi makanan olahan					

		halal sesuai dengan hukum islam					
		Saya merasa senang saat melihat orang lain (muslim) mengkonsumsi makanan olahan halal					
		Saya merasa takut saat tidak tahu hukum dari makanannya					
4.	Pengetahuan	Saya memiliki pengetahuan dasar bahwa agama islam menganjurkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan olahan halal					
		Saya selalu berusaha mengikuti aturan agama islam dalam memilih produk makanan olahan halal					
5.	Pengalaman	Penerimaan sosial dan keluarga mengharuskan saya mengkonsumsi					

		makanan olahan halal					
		Pandangan dan pendapat orang yang religius menyarankan saya untuk membeli produk makanan olahan halal					

3. Kualitas Produk (X3)

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban			
			STS	TS	KS	S
1.	Kinerja	Saya menyukai produk makanan olahan yang kualitas rasanya konsisten				
2.	Daya tahan	Saya menyukai produk makanan olahan yang bisa dikonsumsi untuk keesokan hari karena mengikuti anjuran penyimpanan yang tepat				
		Saya tertarik membeli produk makanan olahan yang kemasannya tidak mudah rusak				

3.	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kualitas makanan yang disajikan sesuai dengan pesanan pelanggan				
4.	Fitur	Produk makanan olahan yang memiliki rasa yang enak dan lezat menjadi Keputusan saya untuk membeli				
5.	Estetika	Saya tertarik membeli makanan olahan yang cara penyajian dan kualitas produknya menarik				
6.	Kesan kualitas	Saya merasa aman mengkonsumsi makanan olahan yang sudah sesuai dengan standar kehalalan				

4. Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal (Y)

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			STS	TS	KS	S	SS
1	Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi mengenai	Saya merasa yakin untuk membeli produk makanan setelah mengetahui informasi lengkapnya					

	produk yang di inginkan						
2	Memutuskan untuk membeli produk karena merek yang paling disukai	Saya memilih produk makanan yang mereknya sudah terkenal					
		Saya tertarik membeli makanan yang kualitasnya baik					
3	Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen	Saya akan membeli makanan olahan halal sesuai kebutuhan saya					
4	Membeli karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain untuk membeli produk tersebut	Saya akan merekomendasikan kepada teman saya setelah mengetahui kualitas produknya					

B. Lampiran 2

Data Responden

USIA	JENIS KELAMIN	ALAMAT DOMISILI
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Gondoriyo
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Bringin
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Purwoyoso
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Purwoyoso
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Purwoyoso
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wonosari
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Podorejo
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Kalipancur
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Podorejo
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wonosari
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Podorejo
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Gondoriyo
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Gondoriyo
> 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Gondoriyo
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bambangkerap
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wonosari
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wonosari
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bambangkerap
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Kalipancur
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bambangkerap
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Ngaliyan
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Purwoyoso
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bringin
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Wates

17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Wates
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wates
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bringin
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Gondoriyo
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bringin
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bringin
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Gondoriyo
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Kalipancur
> 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Bringin
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Gondoriyo
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wates
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Kalipancur
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Wates
> 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Bringin
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Podorejo
> 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Bambangkerp
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Podorejo
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Purwoyoso
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Kalipancur
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bringin
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Tambakaji
17 - 20 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Purwoyoso
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Bambangkerp
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Bambangkerp
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wates
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Wonosari
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wonosari
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Wonosari
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Kalipancur
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wonosari
> 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Podorejo
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Bambangkerp
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bringin
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wonosari
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Gondoriyo
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Bringin
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Purwoyoso
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Tambakaji

21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Wonosari
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Gondoriyo
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Purwoyoso
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Wates
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Kalipancur
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Wonosari
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Ngaliyan
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Gondoriyo
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Bringin
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Bringin
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Bringin
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Ngaliyan
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Ngaliyan
> 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Bringin
17 - 20 tahun	Perempuan	Kelurahan Wonosari
21 - 25 tahun	Laki - Laki	Kelurahan Kalipancur
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Tambakaji
21 - 25 tahun	Perempuan	Kelurahan Ngaliyan

C. Lampiran 3

Data Tabulasi

Label Halal (X1)

LABEL HALAL					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL X1
5	4	4	5	5	23
5	4	4	5	5	23
5	3	3	3	4	18
5	5	3	5	5	23
5	4	5	4	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
3	4	4	3	4	18
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	4	21
5	4	5	5	4	23

4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	22
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	5	5	4	5	23
5	4	4	5	4	22
5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	5	22
4	5	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
5	4	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
5	4	4	4	5	22
5	4	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
5	4	5	5	4	23
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
5	5	4	5	4	23
5	4	5	4	5	23
4	5	4	4	5	22
5	5	4	5	4	23
5	4	5	5	4	23
5	4	3	4	5	21
4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
5	4	5	4	5	23
5	5	5	4	5	24
5	5	4	5	5	24
5	4	5	5	4	23
5	3	3	3	5	19
5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	5	23

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

5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25

Religiusitas (X2)

RELIGIUSITAS										
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL X2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	45
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
3	3	3	4	2	3	2	1	4	2	27
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	43
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	47
5	3	5	5	3	5	3	5	3	3	40
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43
5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	44
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
4	4	5	5	3	5	5	4	4	5	44
4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	42
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46
5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	47
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	45
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	3	4	5	4	3	3	4	4	3	37

5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45
5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	45
5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	46
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	45
3	5	4	4	5	3	4	5	4	5	42
5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	44
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	47
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	45
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	44
4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	41
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
1	2	5	3	4	1	4	5	5	3	33
5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	45
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44
4	5	4	5	5	3	4	4	3	3	40
2	3	4	5	3	4	5	4	3	4	37
5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	44
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48

5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	45
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46
5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	44
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	47
4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	44
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	46
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	46
4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Kualitas Produk (X3)

KUALITAS PRODUK							
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	TOTAL X3
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	4	5	5	5	33
4	5	5	3	4	3	5	29
5	5	5	5	5	3	5	33
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	5	5	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	35
3	2	3	2	2	3	3	18
4	5	5	5	5	4	5	33
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	5	29

5	5	4	4	4	4	5	31
5	1	4	4	3	2	5	24
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	5	4	4	4	30
4	4	5	4	5	4	5	31
4	5	4	5	5	5	4	32
4	4	5	5	5	4	4	31
4	4	5	5	5	5	5	33
5	4	5	4	5	5	4	32
5	4	4	5	4	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	5	5	5	5	32
4	5	4	5	4	5	4	31
5	4	5	4	5	4	5	32
5	5	5	4	5	4	4	32
5	4	5	5	4	4	5	32
5	5	5	4	5	5	4	33
5	4	5	5	4	4	5	32
4	5	4	5	4	5	4	31
4	5	4	5	4	5	4	31
4	4	4	5	5	5	4	31
3	4	4	4	4	4	4	27
4	5	4	5	4	5	4	31
4	5	4	5	5	5	5	33
3	4	4	4	4	5	4	28
4	4	4	4	5	5	5	31
5	4	5	5	5	4	5	33
5	4	5	5	4	5	5	33
4	5	4	5	5	4	4	31
5	5	5	4	5	5	4	33
5	4	4	5	4	5	4	31
4	5	5	5	4	5	5	33
3	5	4	4	5	3	4	28
4	4	5	5	5	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	4	5	34
5	4	4	5	5	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	5	4	4	32
5	4	4	5	4	4	5	31
4	4	2	5	5	2	5	27
5	4	5	5	5	5	5	34

5	4	4	5	5	4	5	32
5	5	5	4	4	5	4	32
4	5	4	5	4	5	4	31
4	5	4	5	4	4	5	31
4	4	5	5	5	5	5	33
3	3	4	5	4	5	5	29
4	4	5	5	4	5	5	32
2	2	1	1	4	5	2	17
5	5	4	4	4	4	5	31
5	4	5	5	5	5	4	33
5	4	5	5	5	4	5	33
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	3	4	5	4	5	31
3	5	4	5	5	4	5	31
5	4	5	5	4	5	5	33
5	4	5	5	4	4	5	32
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	4	4	32
5	4	4	4	5	4	5	31
4	4	5	4	5	4	4	30
4	5	3	5	5	1	5	28
4	5	4	5	5	4	5	32
5	4	5	5	5	5	4	33
4	4	4	4	5	4	4	29
5	4	5	5	5	5	5	34
4	4	5	5	5	4	4	31
4	3	5	4	5	4	4	29
4	3	4	4	4	5	5	29
5	4	5	5	5	5	5	34
4	5	5	4	4	5	4	31
5	4	5	3	4	4	5	30
4	4	5	5	4	4	5	31
3	3	5	2	3	2	4	22
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	4	5	34

5	4	4	5	4	5	4	31
5	4	4	4	5	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	35

Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal (Y)

KEPUTUSAN PEMBELIAN					
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL Y
5	4	5	5	5	24
5	4	5	4	4	22
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
5	3	5	5	5	23
3	1	3	3	4	14
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	4	24
3	1	5	3	5	17
4	3	4	4	4	19
4	3	4	4	4	19
5	4	4	4	5	22
5	5	4	5	5	24
4	4	5	5	4	22
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	4	22
5	4	5	4	5	23
5	4	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
4	5	5	5	5	24
5	5	4	4	5	23
5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22
3	5	5	5	4	22

4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
4	5	4	4	5	22
4	4	5	4	5	22
4	4	4	5	4	21
5	4	5	4	5	23
4	5	5	4	3	21
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	23
5	5	4	4	4	22
5	5	4	5	5	24
5	4	4	3	5	21
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	4	5	4	5	23
4	4	5	5	4	22
5	5	4	5	5	24
5	4	5	4	4	22
5	5	5	4	2	21
4	5	5	5	5	24
4	4	5	4	5	22
5	4	5	4	4	22
4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
4	4	5	5	4	22
4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	4	24
4	4	4	5	5	22
5	4	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	5	21
5	4	5	3	4	21
4	5	4	5	3	21
5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	5	24
5	2	5	5	5	22
5	4	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
5	4	5	4	5	23
5	1	4	3	1	14

3	2	5	5	2	17
4	5	4	5	5	23
4	4	5	4	4	21
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	4	4	5	5	22
5	4	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	4	23
3	5	4	4	5	21
2	3	4	3	2	14
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	3	5	1	5	19
5	5	5	5	5	25
5	3	5	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	3	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
4	5	4	5	4	22
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25

D. Lampiran 4

Hasil Olah Data

1) Uji Validitas

a. Label Halal

		Correlations					TOTAL_X
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	1
X1.1	Pearson	1	-.102	-.017	.147	.016	.422**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.311	.867	.144	.877	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson	-.102	1	.253*	.230*	.166	.568**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.311		.011	.021	.099	.000

	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson	-.017	.253*	1	.078	.230*	.583**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.867	.011		.439	.021	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson	.147	.230*	.078	1	.026	.573**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.144	.021	.439		.801	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson	.016	.166	.230*	.026	1	.506**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.877	.099	.021	.801		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X 1	Pearson	.422**	.568**	.583**	.573**	.506**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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. *Religiusitas*

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.1 0	TOTA L_X2
X2.1	Pearson	1	.225*	.155	.178	.323*	.173	.253*	.250*	.104	.349*	.612**
	Correlation					*					*	
	Sig. (2-tailed)		.025	.123	.077	.001	.085	.011	.012	.304	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson	.225*	1	.105	-.004	.367*	.150	.233*	.165	.197*	.301*	.556**
	Correlation					*					*	
	Sig. (2-tailed)	.025		.297	.968	.000	.136	.020	.101	.049	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson	.155	.105	1	-.099	.212*	.030	.360*	.326*	.189	.077	.394**
	Correlation							*	*			

	Sig. (2-tailed)	.123	.297		.327	.035	.771	.000	.001	.060	.449	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.178	-.004	-.099	1	.113	.153	.106	.226*	.052	.189	.364**
	Sig. (2-tailed)	.077	.968	.327		.262	.130	.292	.024	.606	.060	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.323*	.367*	.212*	.113	1	-.117	.332*	.242*	.313*	.560*	.646**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.035	.262		.248	.001	.015	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.173	.150	.030	.153	-.117	1	-.044	.113	-.005	.114	.346**
	Sig. (2-tailed)	.085	.136	.771	.130	.248		.667	.263	.961	.259	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.253*	.233*	.360*	.106	.332*	-.044	1	.328*	.189	.242*	.545**
	Sig. (2-tailed)	.011	.020	.000	.292	.001	.667		.001	.060	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.250*	.165	.326*	.226*	.242*	.113	.328*	1	.149	.303*	.564**
	Sig. (2-tailed)	.012	.101	.001	.024	.015	.263	.001		.139	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.104	.197*	.189	.052	.313*	-.005	.189	.149	1	.268*	.447**
	Sig. (2-tailed)	.304	.049	.060	.606	.002	.961	.060	.139		.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.349*	.301*	.077	.189	.560*	.114	.242*	.303*	.268*	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.449	.060	.000	.259	.015	.002	.007		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

TOTAL_X2	Pearson Correlation	.612*	.556*	.394*	.364*	.646*	.346*	.545*	.564*	.447*	.686*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.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 0.05 level (2-tailed).

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

c. Kualitas Produk

		Correlations							TOTAL
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.282**	.330**	.309**	.205*	.140	.435**	.652**
	Sig. (2-tailed)		.005	.001	.002	.041	.166	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.282**	1	.188	.255*	.333**	.136	.194	.604**
	Sig. (2-tailed)	.005		.061	.010	.001	.177	.053	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.330**	.188	1	.182	.072	.196	.211*	.576**
	Sig. (2-tailed)	.001	.061		.070	.477	.050	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.309**	.255*	.182	1	.263**	.123	.403**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.002	.010	.070		.008	.222	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.205*	.333**	.072	.263**	1	.062	.201*	.507**
	Sig. (2-tailed)	.041	.001	.477	.008		.541	.045	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.140	.136	.196	.123	.062	1	-.092	.446**
	Sig. (2-tailed)	.166	.177	.050	.222	.541		.363	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

X3.7	Pearson Correlation	.435**	.194	.211*	.403**	.201*	-.092	1	.535**
	Sig. (2-tailed)	.000	.053	.035	.000	.045	.363		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.652**	.604**	.576**	.645**	.507**	.446**	.535**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

d. Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.182	.068	.063	.254*	.500**
	Sig. (2-tailed)		.069	.502	.532	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.182	1	-.003	.503**	.323**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.069		.973	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.068	-.003	1	-.029	.046	.390**
	Sig. (2-tailed)	.502	.973		.778	.648	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.063	.503**	-.029	1	.112	.589**
	Sig. (2-tailed)	.532	.000	.778		.266	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.254*	.323**	.046	.112	1	.609**
	Sig. (2-tailed)	.011	.001	.648	.266		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.500**	.741**	.390**	.589**	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

2) Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.822	27

3) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86623681
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.100
	Negative	-.120
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.105
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Multikolinealitas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	LABEL_HALALL	.739	1.354
	RELIGIUSITAS	.620	1.614
	KUALITAS_PRODUK	.500	1.999

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

c. Uji Heterokedastisitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.355	.290	1.11668

a. Predictors: (Constant), X2X3, X1_2, X2_2, KUALITAS_PRODUK, RELIGIUSITASS, LABEL_HALALL, X3_2, X1X2, X1X3

4) Uji Hipotesis

a. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.797	2.869		2.021	.046
	LABEL_HALALL	.205	.117	.175	1.752	.083
	RELIGIUSITASS	.107	.067	.176	1.608	.111
	KUALITAS_PRODUK	.224	.090	.301	2.478	.015

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140.509	3	46.836	13.040	.000 ^b
	Residual	344.801	96	3.592		
	Total	485.310	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, LABEL_HALALL, RELIGIUSITASS

c. Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.538 ^a	.290	.267	1.89517

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, LABEL_HALALL, RELIGIUSITASS

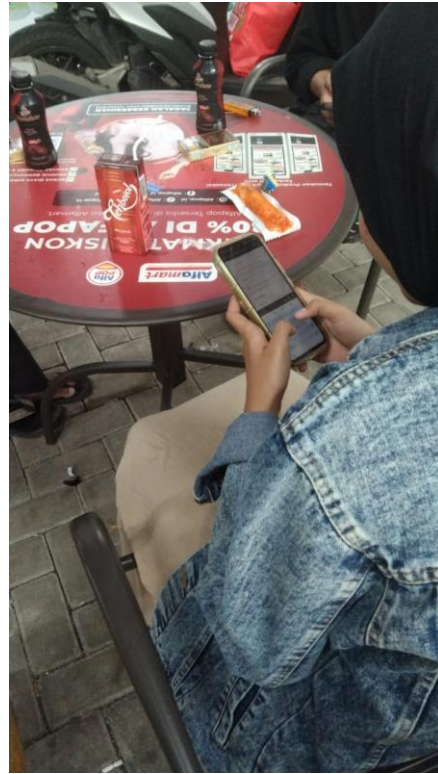
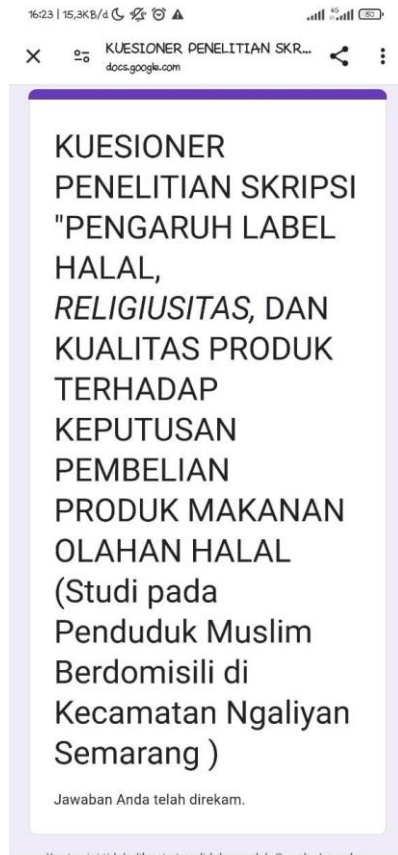
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

5) Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.797	2.869		2.021	.046
	LABEL_HALALL	.205	.117	.175	1.752	.083
	RELIGIUSITAS	.107	.067	.176	1.608	.111
	KUALITAS_PRODUK	.224	.090	.301	2.478	.015

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

6) Dokumentasi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Nurya Novitasari	
Tempat, Tanggal Lahir	: Demak, 05 Oktober 2002	
Jenis Kelamin	: Perempuan	
Kewarganegaraan	: Indonesia	
Agama	: Islam	
Institusi	: UIN Walisongo Semarang	
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
Program Studi	: Ekonomi Islam	
Alamat Rumah	: Ds. Botorejo, Dukuh Kradenan RT 01 RW 01 Kec. Wonosalam Kab. Demak Provinsi Jawa Tengah	
Alamat E-mail	: nuryanovitasari05@gmail.com	
Pendidikan Formal	: 1. SDN Sidomulyo 3 Tahun 2007 – 2014 2. MTs NU Demak Tahun 2014 – 2017 3. MAN Demak Tahun 2017 – 2020 4. UIN Walisongo Semarang Tahun 2020 - 2024	
Pengalaman Organisasi	: 1. Eksekutif Muda Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang 2. DEMA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang 3. PMII Rayon Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	