

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Banjarmasin adalah salah satu kota sekaligus ibukota dari Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kota Banjarmasin yang dijuluki *Kota Seribu Sungai* ini memiliki wilayah seluas 98,46 km² yang wilayahnya merupakan delta atau kepulauan yang terdiri dari sekitar 25 buah pulau kecil (delta) yang dipisahkan oleh sungai-sungai diantaranya Pulau Tatas, Pulau Kelayann, Pulau Rantauan, Pulau Insan dan lain-lain. Kota Banjarmasin merupakan pusat kegiatan wilayah (PKW), sebagai kota pusat pemerintahan dan sebagai pintu gerbang nasional serta kota pusat kegiatan ekonomi nasional. Kota terpadat di Kalimantan ini termasuk salah satu kota besar di Indonesia yakni luasnya lebih kecil daripada Jakarta Barat.

Secara geografis, Kota Banjarmasin terletak antara 3° 16' 46" sampai dengan 3° 22' 54" lintang selatan dan 114° 31' 40" sampai dengan 114° 39' 55" bujur timur. Kota Banjarmasin berada di sebelah selatan Provinsi Kalimantan Selatan, berbatasan dengan:

- a. Di sebelah utara dengan Kabupaten Barito Kuala
- b. Di sebelah timur dengan Kabupaten Banjar
- c. Di sebelah barat dengan Kabupaten Barito Kuala
- d. Di sebelah timur dengan Kabupaten Banjar

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin tahun 2020, Kota Banjarmasin memiliki penduduk sebanyak 715.703 jiwa. Wilayah metropolitan Banjarmasin yaitu Banjar Bakula memiliki penduduk sekitar 1,9 juta jiwa. Kota Banjarmasin terdiri dari 5 kecamatan yaitu:

- a. Kecamatan Banjarmasin Barat seluas 13,13 km²
- b. Kecamatan Banjarmasin Selatan seluas 38,27 km²
- c. Kecamatan Banjarmasin Tengah seluas 6,66 km²
- d. Kecamatan Banjarmasin Timur seluas 23,86 km²
- e. Kecamatan Banjarmasin Utara seluas 16,54 km²

Islam adalah agama mayoritas yang dianut sekitar 95,54% masyarakat Kota Banjarmasin. Selain itu ada juga yang beragama Kristen, Katolik dan Buddha yang dianut masyarakat keturunan Tionghoa dan pendatang.

B. Sejarah Singkat Mie Samyang

Samyang Foods Co, Ltd merupakan perusahaan asal Korea Selatan yang memproduksi mie instan. Produk andalan dari Samyang Foods Co, Ltd adalah mie samyang yang merupakan produk makanan instan berskala internasional karena produk ini telah dipasarkan ke berbagai negara. Sebenarnya nama produk mie tersebut bukanlah samyang, melainkan *BuldalkBokkeumyeon*. Sedangkan samyang adalah nama perusahaan yang memproduksi mie tersebut.

Samyang Foods Co, Ltd pada 15 September 1961 oleh Jeon Jung Yoon dan merupakan perusahaan mie instan pertama di Korea yang memproduksi ramen pertama pada tahun 1963. Samyang Foods Co, Ltd sekarang juga

memproduksi 160 jenis produk seperti susu, es krim, keju, minyak kedelai, kecap, makanan ringan, makanan kantong retort, ransum militer, makanan bernutrisi tinggi dan makanan untuk kesehatan dan umur panjang. Samyang Foods Co, Ltd beralamat di lokasi 457-1 Kugal-ri, Kihung-eup Yongin-si, Gyeonggi-do Negara Korea Selatan. Mie samyang ini memiliki cita rasa pedas khas Korea yang disukai pula oleh konsumen di Indonesia.

Gambar 4.1
Logo Samyang Foods Co, Ltd



Sumber: www.samyangfoods.com

Samyang Foods Co, Ltd telah menetapkan visi dan misinya untuk tahun 2020 yaitu meletakkan dasar untuk pertumbuhan kualitatif berorientasi masa depan dan mencapai KRW 5,5 triliun dalam penjualan 2020. Untuk itu perusahaan akan meningkatkan portofolio bisnisnya saat ini dengan menerapkan strategi seleksi dan konsentrasi, terus melakukan upaya bersama untuk memasuki pasar baru di dalam dan luar negeri, memperluas portofolio produk bernilai tambah tinggi, dan memperkuat potensi pertumbuhannya di masa depan dengan memanfaatkan kompetensi R&D yang berbeda. Melalui upaya tersebut, Samyang Foods Co, Ltd bertujuan untuk berkembang menjadi salah satu perusahaan inovatif berbasis Litbang terkemuka di dunia.

Untuk mencapai visi & misi perusahaan yang baru, Samyang Foods Co, Ltd juga mempromosikan transformasi budaya perusahaannya dengan menambahkan nilai-nilai “berpusat pada pelanggan” dan “berorientasi kinerja”

pada nilai-nilai perusahaan yaitu “kepercayaan, tantangan, inovasi dan bakat”. Berdasarkan nilai ini, Samyang Foods Co, Ltd akan berusaha tumbuh menjadi perusahaan global yang dihargai oleh karyawannya sebagai tempat kerja yang bermanfaat, menjamin kepuasan pelanggan tertinggi melalui produk dan layanannya yang sangat baik, serta memberikan keuntungan tinggi kepada pemegang saham. Samyang Foods Co, Ltd telah menetapkan sistem manajemen mutu yang menyeluruh sehingga konsumen dapat mempercayai produknya dengan disertifikasi oleh kantor internasional syarat (ISO22000, HALAL) serta kantor domestik, HACCP.

Berikut varian produk mie Samyang yang telah memiliki label halal dari Majelis Ulama Indonesia:

Gambar 4.2
Varian Produk Mie Samyang





Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

C. Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden penelitian yaitu masyarakat muslim Kota Banjarmasin yang pernah membeli dan mengonsumsi produk mie samyang. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data hasil kuesioner dapat digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden. Berikut penjelasan tentang karakteristik responden yaitu:

1. Jenis Kelamin Responden

Dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden diperoleh data sebagai berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



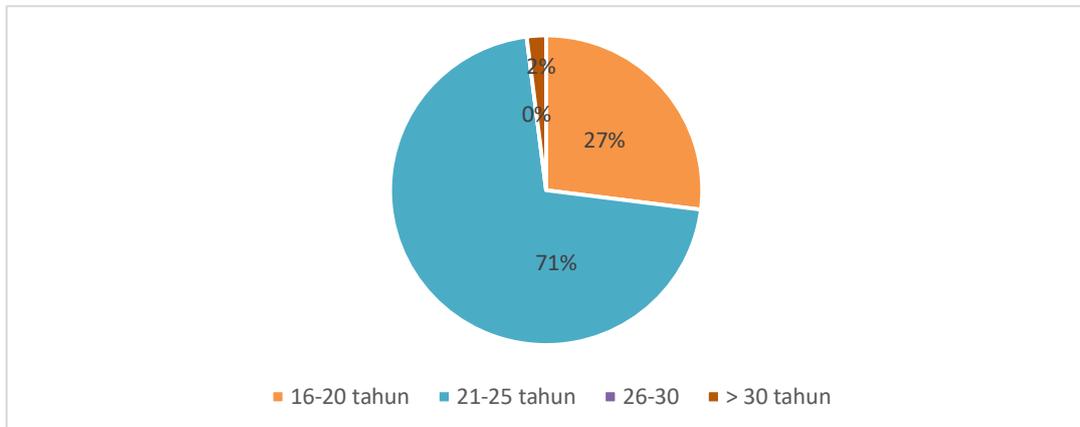
Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan gambar 4.3 di atas diketahui jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 26% atau sebanyak 26 orang dan jumlah responden dengan perempuan yaitu sebesar 74% atau sebanyak 74 orang. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli/penikmat mie samyang di Kota Banjarmasin adalah perempuan.

2. Usia Responden

Dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden diperoleh data sebagai berikut:

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



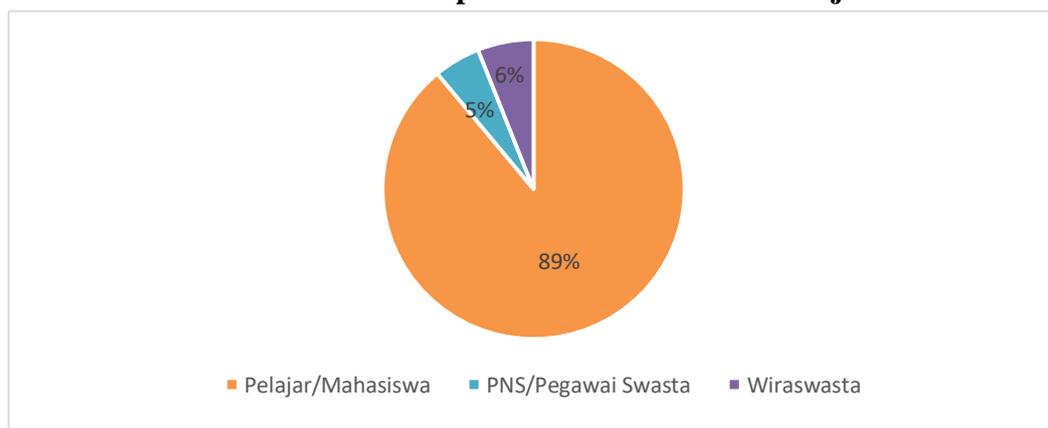
Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan gambar 4.4 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan usia 16-20 tahun yaitu sebesar 27% atau sebanyak 27 orang, responden dengan usia 21-25 tahun yaitu sebesar 71% atau sebanyak 71 orang dan responden dengan usia >30 tahun sebesar 2% atau sebanyak 2 orang. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan, bahwa mayoritas pembeli/penikmat mie samyang di Kota Banjarmasin adalah yang berusia antara 21-25 tahun.

3. Pekerjaan/Profesi Responden

Dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden diperoleh data sebagai berikut:

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



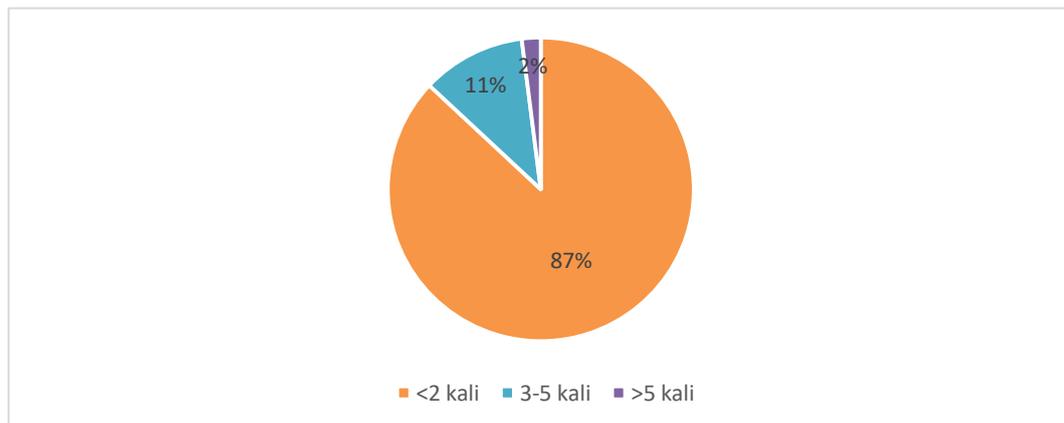
Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan gambar 4.5 di atas dapat diketahui jumlah responden dengan pekerjaan/profesi sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 89% atau sebanyak 89 orang, responden dengan pekerjaan/profesi sebagai PNS/pegawai swasta yaitu sebesar 5% atau sebanyak 5 orang dan responden dengan pekerjaan/profesi sebagai wiraswasta yaitu sebesar 6% atau sebanyak 6 orang. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan, bahwa mayoritas pembeli/penikmat mie samyang di Kota Banjarmasin adalah yang bekerja/berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa.

4. Berapa Kali Melakukan Pembelian Produk Mie Samyang Dalam 1 Bulan

Dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden diperoleh data sebagai berikut:

Gambar 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian Produk Mie Samyang Dalam 1 Bulan



Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan gambar 4.6 di atas dapat diketahui jumlah responden dengan pembelian <2 kali dalam 1 bulan yaitu sebesar 87% atau sebanyak 87 orang, responden dengan pembelian 3-5 kali dalam 1 bulan yaitu sebesar 11% atau sebanyak 11 orang dan responden dengan pembelian >5 kali dalam 1 bulan yaitu

sebesar 2% atau sebanyak 2 orang. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli/penikmat mie Samyang di Kota Banjarmasin melakukan pembelian <2 kali dalam 1 bulannya.

D. Analisis Deskripsi Variabel

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden, maka gambaran mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie samyang di Kota Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Label Halal (X)

Dalam mengukur variabel Label Halal pada konsumen produk mie samyang pada masyarakat Kota Banjarmasin, peneliti menggunakan 4 (empat) indikator yaitu gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, serta menempel pada kemasan.

a. Indikator Gambar

Tabel 4.1
Jawaban Responden Tentang Saya Tahu Maksud dari Gambar tersebut

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	75	75%
2	Setuju	22	22%
3	Cukup Setuju	3	3%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 75 responden atau 75%, kemudian disusul jawaban setuju dengan jumlah 22 responden atau 22% dan jawaban cukup setuju dengan jumlah 3 responden atau 3. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terhadap pernyataan bahwa saya tahu maksud dari gambar tersebut.

Tabel 4.2
Jawaban Responden Tentang Saya Selalu Memperhatikan Ada Tidaknya Gambar Tersebut pada Kemasan Sebelum Melakukan Pembelian Produk Mie Samyang

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	51	51%
2	Setuju	41	41%
3	Cukup Setuju	8	8%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 51 responden atau 51%, kemudian disusul jawaban setuju dengan jumlah 41 responden atau 41% dan jawaban cukup setuju dengan jumlah 8 responden atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terhadap pernyataan bahwa saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar tersebut pada kemasan sebelum melakukan pembelian produk mie Samyang.

b. Indikator Tulisan

Tabel 4.3
Jawaban Responden Tentang Tulisan “Halal” pada Gambar Tersebut
Terbaca Dengan Jelas

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	51	51%
2	Setuju	37	37%
3	Cukup Setuju	11	11%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 51 responden atau 51%, kemudian disusul jawaban setuju dengan jumlah 37 responden atau 37%, jawaban cukup setuju dengan jumlah 11 responden atau 11% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terhadap pernyataan bahwa tulisan “Halal” pada gambar tersebut terbaca dengan jelas.

Tabel 4.4
Jawaban Responden Tentang Adanya Tulisan “Halal” yang Terdapat Pada
Gambar Tersebut Membantu Saya Mengidentifikasi Produk Sebelum
Melakukan Pembelian Produk Mie Samyang

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	55	55%
2	Setuju	37	37%
3	Cukup Setuju	8	8%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 55 responden atau 55%, kemudian disusul jawaban setuju dengan jumlah 37 responden atau 37% dan jawaban cukup setuju dengan jumlah 8 responden atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terhadap pernyataan bahwa adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar tersebut membantu saya mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian produk mie Samyang.

c. Indikator Kombinasi Gambar dan Tulisan

Tabel 4.5
Jawaban Responden Tentang Saya Mengetahui Gabungan Gambar dan Tulisan Tersebut Adalah “Label Halal” Resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	46	46%
2	Setuju	47	47%
3	Cukup Setuju	7	7%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 47 responden atau 47%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 46 responden atau 46% dan jawaban cukup setuju dengan jumlah 7 responden atau 7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju

terhadap pernyataan bahwa saya mengetahui gabungan gambar dan tulisan tersebut adalah “Label Halal” resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Tabel 4.6
Jawaban Responden Tentang Adanya “Label Halal” Tersebut Menjadi Pertimbangan Saya Memilih Produk Mie Samyang Sebelum Saya Melakukan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	57	57%
2	Setuju	40	40%
3	Cukup Setuju	3	3%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 57 responden atau 57%, kemudian disusul jawaban setuju dengan jumlah 40 responden atau 40% dan jawaban cukup setuju dengan jumlah 3 responden atau 3%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terhadap pernyataan bahwa adanya “Label Halal” tersebut menjadi pertimbangan saya memilih produk mie Samyang sebelum saya melakukan pembelian.

d. Indikator Menempel pada Kemasan

Tabel 4.7
Jawaban Responden Tentang Saya Mengetahui Dengan Jelas Letak “Label Halal” pada Kemasan Produk Mie Samyang

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	21%
2	Setuju	47	47%
3	Cukup Setuju	28	28%

4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 47 responden atau 47%, kemudian disusul jawaban cukup setuju dengan jumlah 28 responden atau 28%, jawaban sangat setuju dengan jumlah 21 responden atau 21% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden atau 4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya mengetahui dengan jelas letak “Label Halal” pada kemasan produk mie Samyang.

Tabel 4.8
Jawaban Responden Tentang Adanya “Label Halal” pada Kemasan Produk Memperkuat Bahwa Produk Mie Samyang itu Halal

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	44	44%
2	Setuju	49	49%
3	Cukup Setuju	7	7%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 49 responden atau 49%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 44 responden atau 44% dan jawaban cukup setuju dengan jumlah 7

responden atau 7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa adanya "Label Halal" pada kemasan produk memperkuat bahwa produk mie Samyang itu halal.

Tabel 4.9
Jawaban Responden Tentang Karena Terdapat pada Kemasan, "Label Halal" Mempermudah Saya Dalam Memberi Informasi dan Keyakinan Akan Mutu Produk

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	48	48%
2	Setuju	47	47%
3	Cukup Setuju	5	5%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 48 responden atau 48%, kemudian disusul jawaban setuju dengan jumlah 47 responden atau 47% dan jawaban cukup setuju dengan jumlah 5 responden atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju terhadap pernyataan bahwa karena terdapat pada kemasan, "Label Halal" mempermudah saya dalam memberi informasi dan keyakinan akan mutu produk.

2. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Dalam mengukur variabel Keputusan Pembelian pada konsumen produk mie samyang pada masyarakat Kota Banjarmasin, peneliti menggunakan 5 (lima) indikator yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

a. Indikator Pengenalan Kebutuhan

Tabel 4.10
Jawaban Responden Tentang Saya Menyadari Adanya Rasa Ingin
Mengonsumsi Produk Mie Samyang yang Berlabel Halal

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	52	52%
3	Cukup Setuju	7	7%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 52 responden atau 52%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 39 responden atau 39%, jawaban cukup setuju dengan jumlah 7 responden atau 7% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya menyadari adanya rasa ingin mengonsumsi produk mie Samyang yang berlabel halal.

b. Indikator Pencarian Informasi

Tabel 4.11
Jawaban Responden Tentang Saya Memperoleh Informasi Tentang Label
Halal pada Produk Mie Samyang dari Teman, Keluarga, Iklan dan
Media Sosial

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	53	53%
3	Cukup Setuju	17	17%

4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 53 responden atau 53%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 24 responden atau 24%, jawaban cukup setuju dengan jumlah 17 responden atau 17%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 responden atau 5% dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya memperoleh informasi tentang label halal pada produk mie Samyang dari teman, keluarga, iklan dan media sosial.

Tabel 4.12
Jawaban Responden Tentang Saya Mencari Tahu Kehalalan pada Produk Mie Samyang dari Label Halal yang Tercantum pada Kemasan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	35	35%
2	Setuju	59	59%
3	Cukup Setuju	5	5%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 59 responden atau 59%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan

jumlah 35 responden atau 35%, jawaban cukup setuju dengan jumlah 5 responden atau 5% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya mencari tahu kehalalan pada produk mie Samyang dari label halal yang tercantum pada kemasan.

c. Indikator Evaluasi Alternatif

Tabel 4.13
Jawaban Responden Tentang Saya Berusaha Memenuhi Kebutuhan Dengan Produk Mie Samyang yang Berlabel Halal Resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	28%
2	Setuju	49	49%
3	Cukup Setuju	21	21%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 49 responden atau 49%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 28 responden atau 28%, jawaban cukup setuju dengan jumlah 21 responden atau 21%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1% dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%.. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya berusaha memenuhi kebutuhan dengan produk mie Samyang yang berlabel halal resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Tabel 4.14
Jawaban Responden Tentang Saya Mencari Manfaat Tertentu dari Produk
Mie Samyang yang Berlabel Halal

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	21%
2	Setuju	52	52%
3	Cukup Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 52 responden atau 52%, kemudian disusul jawaban cukup setuju dengan jumlah 26 responden atau 26%, jawaban sangat setuju dengan jumlah 21 responden atau 21% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya mencari manfaat tertentu dari produk mie Samyang yang berlabel halal.

d. Indikator Keputusan Pembelian

Tabel 4.15
Jawaban Responden Tentang Saya Memutuskan Untuk Membeli Produk
Mie Samyang Karena Memiliki Label Halal dari Majelis Ulama
Indonesia (MUI)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	37%
2	Setuju	51	51%
3	Cukup Setuju	12	12%
4	Tidak Setuju	-	-

5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 51 responden atau 51%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 37 responden atau 37% dan jawaban cukup setuju dengan jumlah 12 responden atau 12%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya memutuskan untuk membeli produk mie Samyang karena memiliki label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Tabel 4.16
Jawaban Responden Tentang Saya Memutuskan Membeli Produk Mie Samyang Berlabel Halal Karena Memenuhi Syarat Kehalalan Syariat Islam

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	43	43%
2	Setuju	48	48%
3	Cukup Setuju	8	8%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 48 responden atau 48%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 43 responden atau 43%, jawaban cukup setuju dengan jumlah 8 responden atau 8% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%. Hal ini

menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya memutuskan membeli produk mie Samyang berlabel halal karena memenuhi syarat kehalalan syariat Islam.

e. Indikator Perilaku Pasca Pembelian

Tabel 4.17
Jawaban Responden Tentang Saya Merasa Aman dan Puas Mengonsumsi Produk Mie Samyang yang Berlabel Halal

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	55	55%
3	Cukup Setuju	6	6%
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 55 responden atau 55%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 39 responden atau 39% dan jawaban cukup setuju dengan jumlah 6 responden atau 6%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya merasa aman dan puas mengonsumsi produk mie Samyang yang berlabel halal.

Tabel 4.18
Jawaban Responden Tentang Saya Memiliki Keinginan Untuk Membeli Kembali Produk Mie Samyang Karena Telah Teruji Kehalalannya Oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	32%
2	Setuju	45	45%

3	Cukup Setuju	22	22%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		100	100%

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dibandingkan alternatif jawaban lainnya dengan jumlah 45 responden atau 45%, kemudian disusul jawaban sangat setuju dengan jumlah 32 responden atau 32%, jawaban cukup setuju dengan jumlah 22 responden atau 22% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya memiliki keinginan untuk membeli kembali produk mie Samyang karena telah teruji kehalalannya oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

E. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Valid tidaknya butir pertanyaan pada kuesioner dapat dilihat dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Suatu item pertanyaan dikatakan valid, jika nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} (α ; df), df = derajat bebas. Menentukan derajat bebas (*degree of freedom-df*) diperoleh dari jumlah sampel atau responden dikurangi 2 ($df = n - 2$). $n = 100$ maka $df = 100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikansi 5%. Dari jumlah 100 sampel, diperoleh $df = 98$ dan $r_{tabel} = 0,1966$ (lihat pada lampiran r_{tabel}). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan tersebut valid. Sebaliknya

jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan tersebut tidak valid. Perhitungan uji validitas ini menggunakan program SPSS 25 *for windows*, berikut tabel hasil uji validitas:

Tabel 4.19
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Label Halal (X)	X1	0,561	0,1966	Valid
	X2	0,681	0,1966	Valid
	X3	0,637	0,1966	Valid
	X4	0,705	0,1966	Valid
	X5	0,702	0,1966	Valid
	X6	0,750	0,1966	Valid
	X7	0,613	0,1966	Valid
	X8	0,624	0,1966	Valid
	X9	0,674	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,688	0,1966	Valid
	Y2	0,599	0,1966	Valid
	Y3	0,603	0,1966	Valid
	Y4	0,743	0,1966	Valid
	Y5	0,698	0,1966	Valid
	Y6	0,723	0,1966	Valid
	Y7	0,710	0,1966	Valid
	Y8	0,672	0,1966	Valid
	Y9	0,718	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.19 di atas dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} dari semua item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* yang bertujuan untuk menguji konsisten alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika alat ukur diulang. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Perhitungan uji reliabilitas ini menggunakan program SPSS 25 for windows, berikut tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.20
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Label Halal (X)	0,833	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,855	Reliabel

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi tersebut yaitu variabel dependen, variabel independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005, hal. 110). Uji normalitas yang

digunakan yaitu dengan *Kolmogorov-Smirnov*, *Histogram* dan *Normal P-P Plot Regression Standarized Residual*.

Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Untuk uji normalitas dengan *Histogram* dasar pengambilan keputusan yang digunakan berdasarkan kemencengan grafik. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau ke kanan. Deteksi normalitas juga dapat dilihat pada grafik *Normal P-P Plot Regression Standarized Residual* yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumber diagonal dari grafik (Santoso, 2010, hal. 43). Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.. Perhitungan uji normalitas ini menggunakan program SPSS 25 *for windows*, berikut tabel hasil uji normalitas:

Tabel 4.21
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90876785
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.060
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

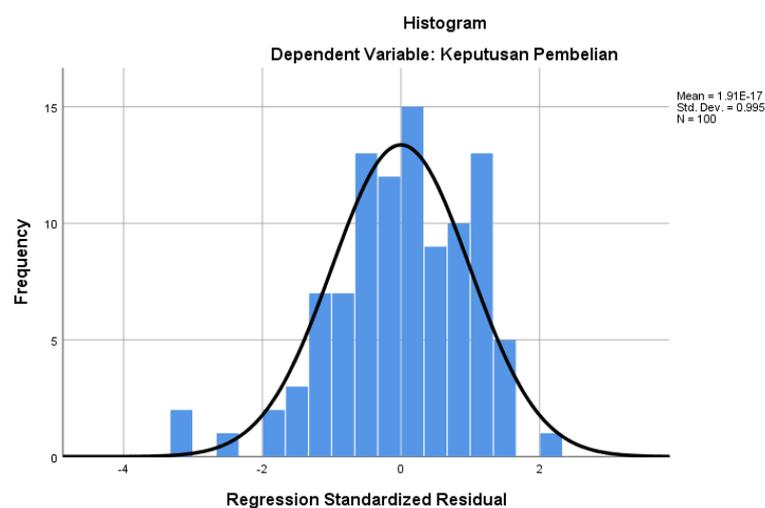
a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* di atas dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig* adalah 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

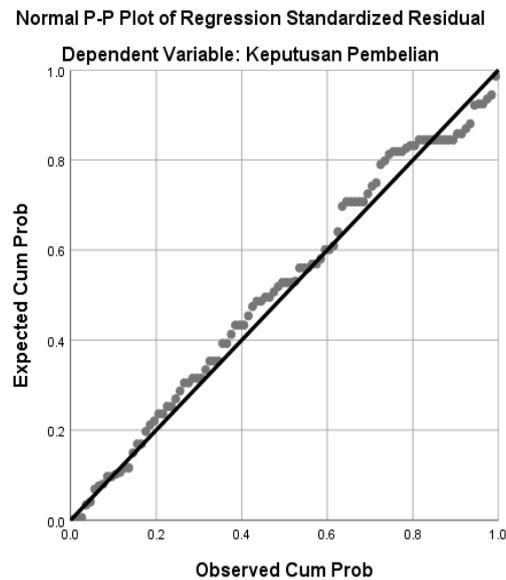
Gambar 4.7
Hasil Uji Normalitas Histogram



Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tampilan grafik *Histogram* di atas menunjukkan pola distribusi mendekati normal, hal ini dikarenakan pola distribusi data yang tidak melenceng ke kiri atau ke kanan.

Gambar 4.8
Hasil Uji Normalitas Nomal *Probability Plot*



Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tampilan grafik *Normal P-P Plot Regression Standarized Residual* di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Perhitungan uji regresi linier sederhana ini menggunakan program SPSS 25 *for windows*, berikut tabel hasil uji regresi linier sederhana:

Tabel 4.22
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.885	3.108		1.250	.214
Label Halal	.848	.078	.739	10.844	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Dari hasil analisis regresi linier sederhana di atas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,885 + 0,848X$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = Label Halal

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 3,885, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel label halal dalam keadaan tetap atau konstan, maka nilai keputusan pembelian nilainya adalah positif sebesar 3,885.
- b. Koefisien regresi variabel label halal bernilai positif sebesar 0,848, hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi kenaikan nilai label halal sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan pembelian sebesar 0,848.

Berdasarkan hasil persamaan tersebut dapat diperoleh penjelasan bahwa label halal mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie samyang di Kota Banjarmasin, yang dapat diartikan apabila produk mie samyang ini mempunyai label halal maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada output *Model Summary* dari hasil analisis regresi linier sederhana. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* (Priyatno, 2011, hal. 251). Perhitungan uji koefisien determinasi ini menggunakan program SPSS 25 for windows, berikut tabel hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.23
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.545	.541	2.924

a. Predictors: (Constant), Label Halal

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Berdasarkan tabel output di atas diperoleh angka *R Square* sebesar 0,545 atau 54,5%. Hal ini menunjukkan besar pengaruh variabel independen yaitu label halal terhadap variabel dependen keputusan pembelian yang dapat diterangkan

oleh model persamaan ini sebesar 54,5%, sedangkan sisanya 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

b. Uji T (Uji Signifikan Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individu (parsial) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Untuk mengetahui signifikan atau tidak, angka t_{hitung} akan dibandingkan dengan t_{tabel} . Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berikut hasil uji t dengan bantuan SPSS 25 for windows pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.24
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.885	3.108		1.250	.214
Label Halal	.848	.078	.739	10.844	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah Winda Habsari, 2020

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie Samyang di Kota Banjarmasin.

Ha: Terdapat pengaruh secara signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie Samyang di Kota Banjarmasin.

Kriteria Pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,05

Degree of freedom (df) = (n - k - 1) atau (100-1-1)= 98

Maka diperoleh $t_{\text{tabel}} = 0,025, 98 = 1,98447$ (lihat pada lampiran t_{tabel})

Ho diterima dan Ha ditolak, jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig.} > \alpha$

Ho ditolak dan Ha diterima, jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig.} \leq \alpha$

Berdasarkan tabel di 4.28 diperoleh nilai t_{hitung} variabel label halal yaitu 10,844 $>$ t_{tabel} 1,98447 dengan nilai signifikansi 0,000 $<$ α (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Berarti label halal mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie Samyang di Kota Banjarmasin.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk mie Samyang di Kota Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} adalah sebesar 10,844 sementara t_{tabel} sebesar 1,98447 dengan nilai signifikan yang diperoleh adalah sebesar 0,000 dan nilai $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} dan nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dibandingkan nilai α (0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,545 menunjukkan bahwa besar pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian yang dapat diterangkan adalah sebesar 54,5%,

sedangkan sisanya 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini dan dari hasil koefisien regresi label halal sebesar 0,848 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan nilai label halal sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan keputusan pembelian sebesar 0,848. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan label halal memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim dalam melakukan pembelian produk mie Samyang.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamisah (2016) dan Yeni Herliani (2016) yang menyatakan bahwa label halal mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa dengan adanya label halal dapat lebih meyakinkan masyarakat dalam melakukan pembelian suatu produk. Banyak responden atau masyarakat menyatakan bahwa adanya label halal tersebut menjadi pertimbangan mereka dalam melakukan pembelian produk mie Samyang dan mereka selalu memperhatikan ada tidaknya label halal tersebut pada kemasan sebelum melakukan pembelian produk mie Samyang. Hal ini disebabkan karena konsumen memiliki persepsi baik terhadap adanya label halal. Dengan adanya label halal pada suatu produk memberikan informasi dan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi terbebas dari bahan yang dilarang oleh syariat, sehingga konsumen muslim lebih merasa aman dan yakin dalam mengonsumsi produk tersebut.

Pernyataan ini sesuai dengan Fandy Tjiptono (2008) yang menyatakan bahwa, “atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Label merupakan suatu bagian dari atribut produk yang menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen”. (hal. 103)

Hal ini juga sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam dimana selalu merujuk kepada dasar *halalan thoyyiban*, mengedepankan kehalalan suatu produk dimana konsumen muslim cenderung memilih produk yang sudah terjamin kehalalannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur’an Surah Al-Baqarah/2: 168 tentang kewajiban mengonsumsi makanan yang halal bagi umat muslim:

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

“*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*”.(QS. Al-Baqarah/2: 168)

Dari ayat tersebut Allah SWT memerintahkan untuk selalu memperhatikan dan mengonsumsi makanan yang dijamin kehalalannya agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan, mengingat sekarang berbagai macam jenis produk makanan yang diperjual-belikan di pasaran membuat masyarakat muslim harus lebih teliti dalam memilih produk yang pas dan sesuai dengan syariat Islam.

Keterangan tentang halal pada produk yang dijual terutama di Indonesia mempunyai artian yang sangat penting dan dimaksudkan untuk melindungi masyarakat muslim agar dapat terhindar dari mengonsumsi produk yang tidak halal (haram) yaitu dengan adanya label halal. Adanya label halal pada suatu produk membantu untuk memberikan informasi atau keterangan bahwa produk tersebut sudah terjamin kehalalannya oleh lembaga yang berwenang yaitu Majelis Ulama Indonesia. Produk yang sudah memiliki jaminan halal, secara langsung memberikan ketenangan batin bagi konsumennya. Karena sudah tidak ada keraguan lagi apakah bahan baku dan proses produksi produk tersebut tidak dilakukan dengan benar.