

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Kecamatan Anjir Muara

Kecamatan Anjir Muara merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan yang berdiri seiring dengan berdirinya kabupaten Barito Kuala, berdasarkan Undang-undang nomor 27 Tahun 1957.

Luas Kecamatan Anjir Muara sebesar 116,75 km²dengan Batas-Batas wilayah sebagai berikut:

Utara : Kecamatan Belawang

Timur : Kecamatan Alalak

Selatan : Kecamatan Tamban

Barat : Kecamatan Anjir Pasar

Kecamatan Anjir Muara memiliki 15 desa yang masing-masing dipimpin oleh kepala Desa, adapun 15 Desa tersebut yakni sebagai berikut:

- 1.) Anjir Serapat Baru 1
- 2.) Anjir Serapat Baru
- 3.) Sepakat Bersama
- 4.) Anjir Serapat Lama
- 5.) Anjir Serapat Muara

- 6.) Anjir Serapat Muara 1
- 7.) Marabahan Baru
- 8.) Anjir Muara Kota
- 9.) Patih Muhur
- 10.) Anjir Muara Kota Tengah
- 11.) Beringin Jaya
- 12.) Anjir Muara Lama
- 13.) Sungai Punggu Baru
- 14.) Patih Muhur Baru
- 15.) Sungai Punggu

b. Visi dan Misi Kecamatan Anjir Muara

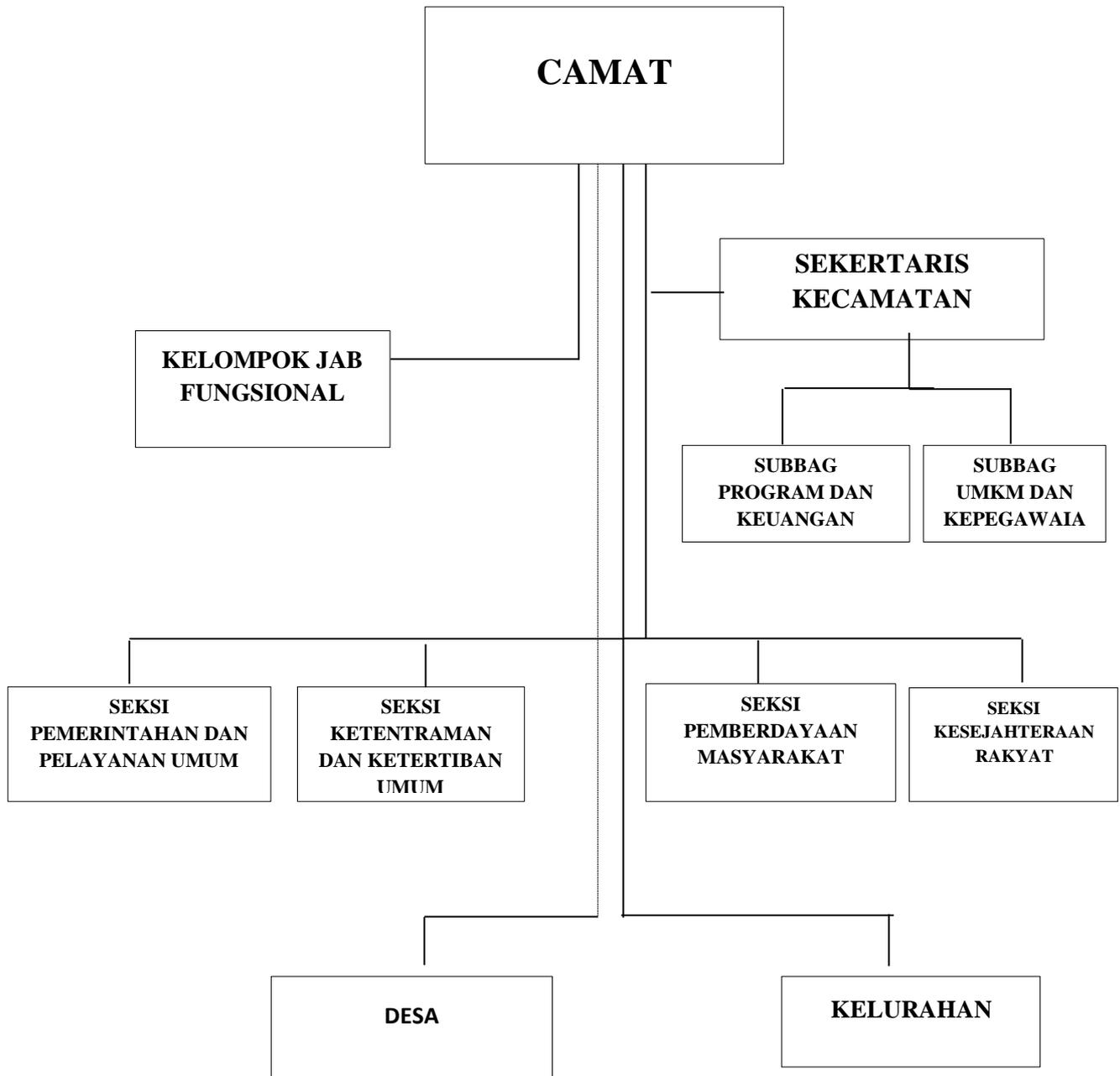
Visi kecamatan Anjir Muara

”Terwujudnya peningkatan Kualitas Publik Menuju SamaRasa”

Misi Kecamatan Anjir Muara:

- 1.) Mewujudkan peningkatan pelayanan Publik
- 2.) Meningkatkan partisipasi Masyarakat dalam bidang pemerintahan dan pembangunan melalui pemberdayaan Masyarakat dan Kerjasama para Penyelenggara di tingkat Kecamatan dan Desa
- 3.) Mewujudkan penyelenggaraan pemerintahan Kecamatan dan Desa yang Akuntabel

c. Struktur Organisasi Kecamatan Anjir Muara Kabupaten Barito Kuala



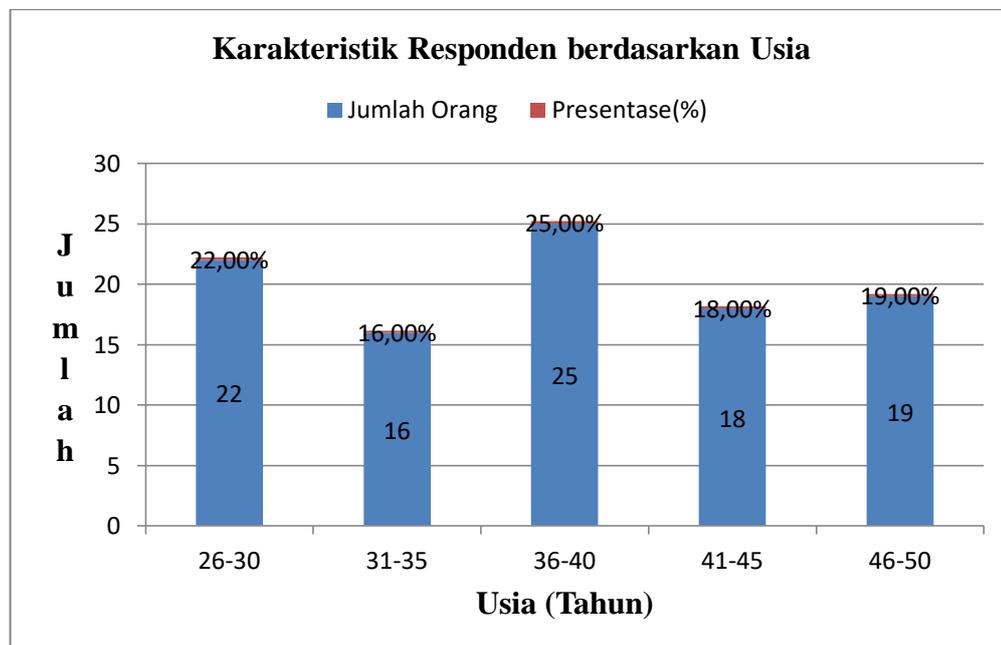
Gambar 4.1 Struktur Organisasi kecamatan Anjir Muara

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Anjir Muara yang menggunakan Produk Minyak Goreng

yang memiliki Label Halal. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran Kuesioner kepada Para Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Anjir Muara sebanyak 100 Responden. Berdasarkan data dari 100 Responden tersebut dengan daftar pertanyaan yang ada didalam kuesioner, maka diperoleh biodata responden berdasarkan Usia dan Pendidikan terakhir. Tujuan penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini untuk mengetahui karakteristik responden sebagai objek dari penelitian ini.

a. Karakteristik responden berdasarkan Usia



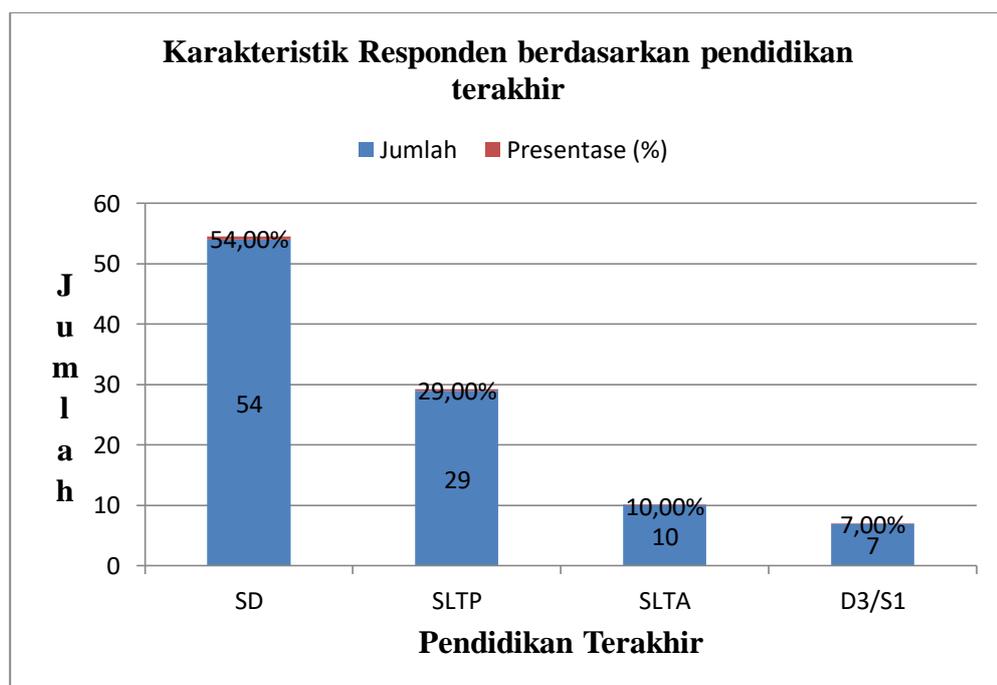
Sumber: Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Berdasarkan gambar diagram diatas dapat diketahui tentang jumlah responden berdasarkan usia ibu rumah tangga di Kecamatan Anjir Muara yang diambil sebagai responden. Responden yang berusia 26-30 tahun sebanyak 22 orang atau 22,%, usia 31-35 tahun sebanyak 16 orang atau

16,0% , usia 36-40 tahun sebanyak 25 orang atau 25,0%, usia 41-45 tahun sebanyak 17 orang atau 17,% dan usia 46-50 tahun sebanyak 16 orang atau 16,67%. Dengan demikian responden penelitian berdasarkan usia sebagian besar ibu rumah tangga di Kecamatan Anjir Muara berusia 36-40 tahun sebanyak 25 orang responden atau 25,0%

b. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir



Sumber: Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir

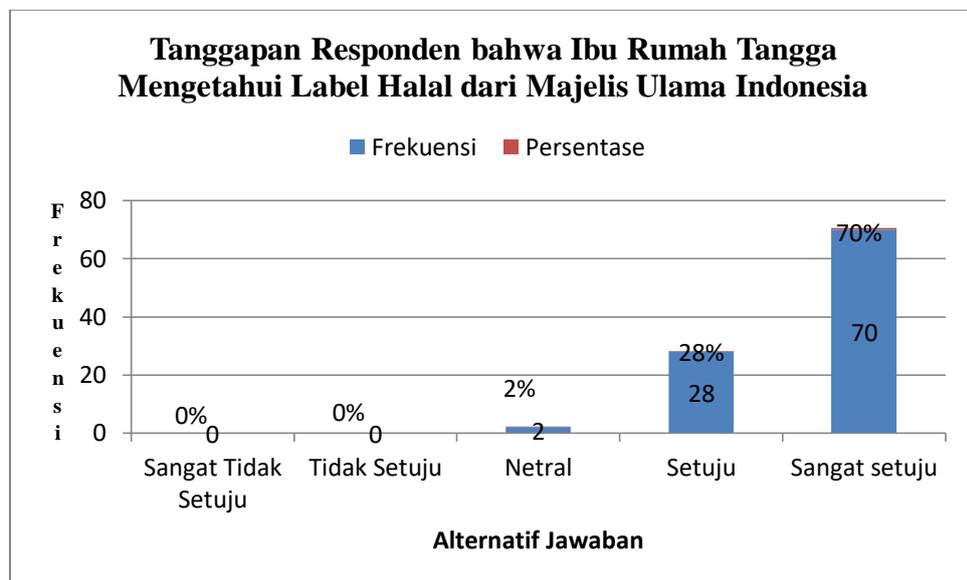
Berdasarkan gambar diagram diatas dapat diketahui tentang jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir ibu rumah tangga di Kecamatan Anjir Muara yang diambil sebagai responden. Responden yang memiliki status pendidikan terakhir SD sebanyak 54 orang atau 54,0%, responden yang memiliki status pendidikan terakhir SLTP sebanyak 29 orang atau 29,0%, responden yang memiliki status pendidikan Terakhir SLTA sebanyak

10 orang , dan responden yang memiliki status pendidikan terakhir D3/S1 sebanyak 7 orang atau 7,0%). Dengan demikian responden penelitian berdasarkan Pendidikan terakhir sebagian besar ibu rumah tangga di Kecamatan Anjir Muara oleh responden yang memiliki status pendidikan SD yaitu sebanyak 54 orang (50,0%)

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Variabel Label Halal (X_1)

- 1) Indikator Ibu Rumah Tangga mengetahui Label Halal dari Majelis Ulama Indonesia



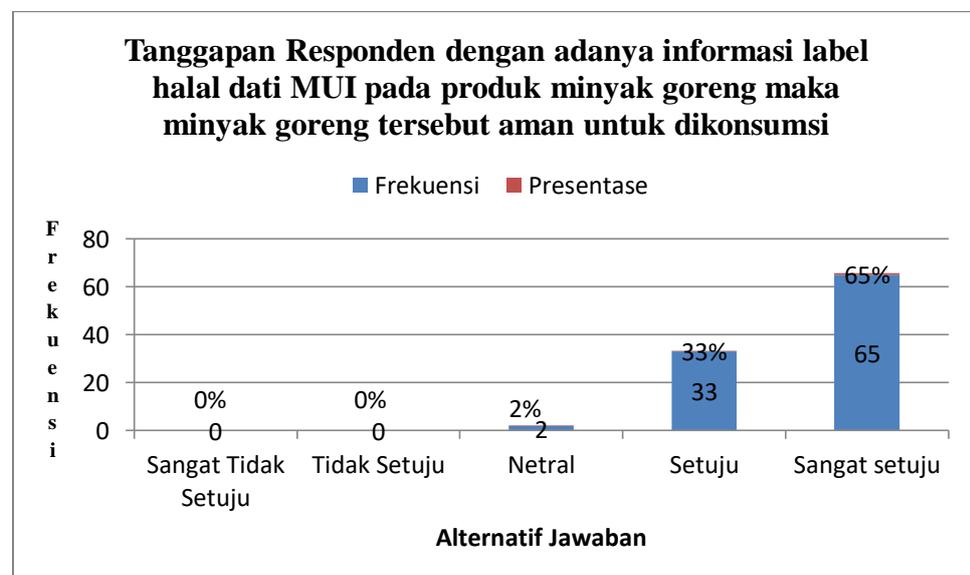
Sumber :Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.4 Tanggapan Responden bahwa Ibu Rumah Tangga Mengetahui Label Halal dari Majelis Ulama Indonesia

Berdasarkan gambar diagram 4.4 diketahui bahwa terdapat 2 responden atau 2.0% yang menyatakan Netral bahwa mereka

mengetahui Label halal dari Majelis Ulama Indonesia , selain itu terdapat 28 responden atau 28,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 70 responden atau 70,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa mengetahui Label Halal dari Majelis Ulama Indonesia didominasi Sangat Setuju dengan jumlah 70 responden atau 70,0%.

- 2.) Indikator adanya informasi label halal dari MUI pada produk minyak goreng maka minyak goreng tersebut aman untuk dikonsumsi



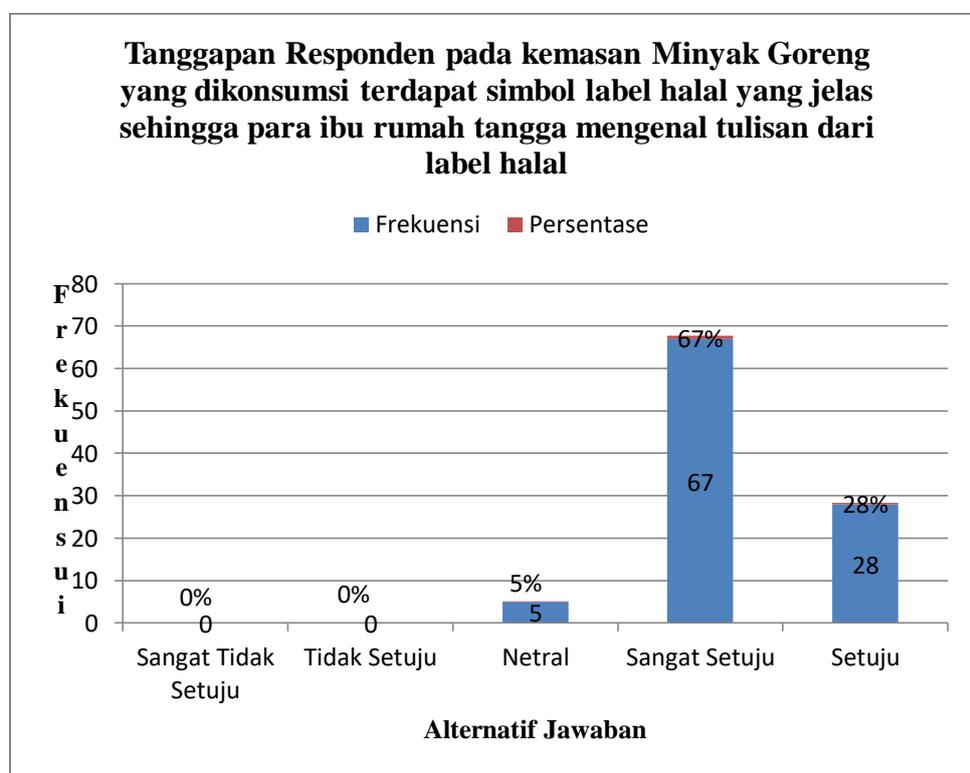
Sumber :Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.5 Tanggapan Responden dengan adanya informasi label halal dari MUI pada produk minyak goreng maka minyak goreng tersebut aman untuk dikonsumsi

Berdasarkan gambar diagram 4.5 diketahui bahwa terdapat 2 responden atau 2,0% yang menyatakan Netral bahwa Dengan adanya informasi label halal dari MUI pada produk minyak goreng maka minyak

goreng tersebut aman untuk dikonsumsi, selain itu terdapat 33 responden atau 33,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 65 responden 65,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan dengan adanya informasi label halal dari MUI pada produk minyak goreng maka minyak goreng tersebut aman untuk dikonsumsi didominasi Sangat Setuju dengan jumlah 65 responden atau 65,0%

- 1.) Indikator Pada kemasan Minyak Goreng yang dikonsumsi terdapat simbol Label Halal yang jelas sehingga para ibu rumah tangga mengenal tulisan dari label halal

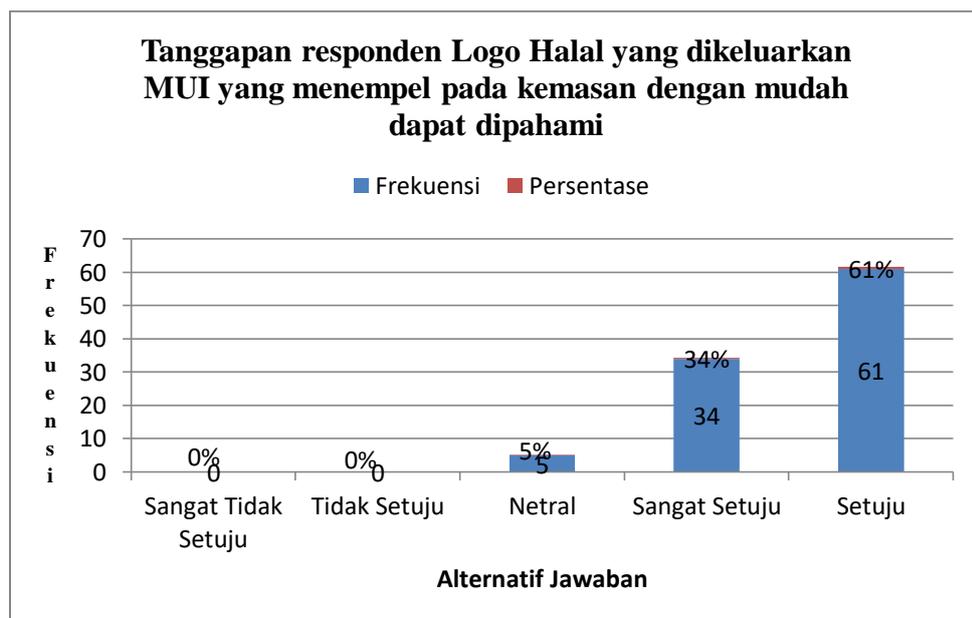


Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.6 Tanggapan Responden pada kemasan Minyak Goreng yang dikonsumsi terdapat simbol label halal yang jelas sehingga para ibu rumah tangga mengenal tulisan dari label halal

Berdasarkan gambar diagram 4.6 diketahui bahwa terdapat 5 responden atau 5% yang menyatakan Netral bahwa pada kemasan Minyak Goreng yang di Konsumsi terdapat simbol Label Halal yang jelas sehingga para ibu rumah tangga mengenal tulisan dari label halal, selain itu terdapat 67 responden atau 67,0% yang menyatakan setuju, dan terdapat 28 responden atau 28,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan pada kemasan Minyak Goreng yang di Konsumsi terdapat simbol Label Halal yang jelas sehingga para ibu rumah tangga mengenal tulisan dari label halal, didominasi setuju dengan jumlah 67 responden atau 67,0%

2.) Logo Label halal yang dikeluarkan MUI yang menempel pada kemasan dengan mudah dapat dipahami

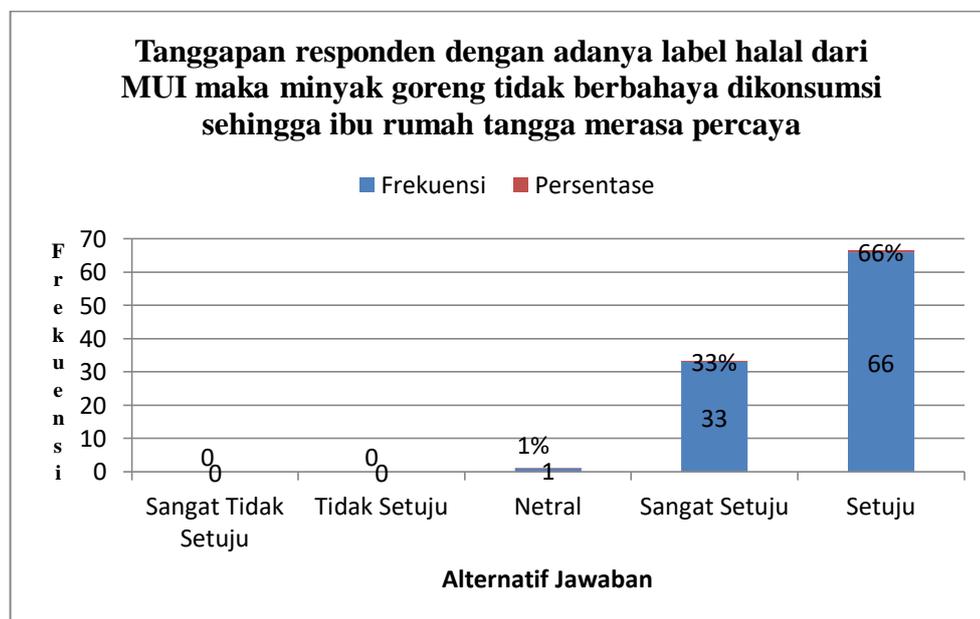


Sumber :Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.7 tanggapan responden Logo Halal yang dikeluarkan MUI yang menempel pada kemasan dengan mudah dapat dipahami

Bedasarkan gambar diagram 4.7 diketahui bahwa terdapat 5 responden atau 5% yang menyatakan Netral bahwa logo halal yang dikeluarkan MUI yang menempel pada kemasan dengan mudah dapat dipahami , selain itu terdapat 34 responden atau 34,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 61 responden atau 61,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa logo halal yang dikeluarkan MUI yang menempel pada kemasan dengan mudah dapat dipahami didominasi Setuju dengan jumlah 61 responden atau 61,0%

- 3.) Indikator Dengan adanya Label Halal dari MUI maka minyak goreng tidak berbahaya dikonsumsi sehingga ibu rumah tangga merasa percaya

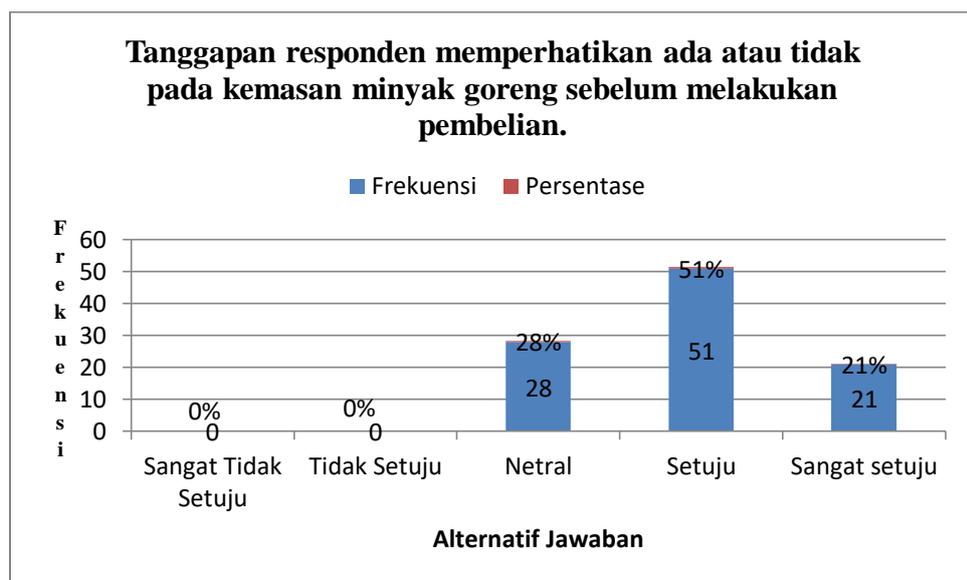


Sumber :Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.8 tanggapan responden dengan adanya label halal dari MUI maka minyak goreng tidak berbahaya dikonsumsi sehingga ibu rumah tangga merasa percaya

Berdasarkan gambar diagram 4.8 diketahui bahwa terdapat 1 responden atau 1,0% yang menyatakan Netral bahwa dengan adanya Label Halal dari MUI maka minyak goreng tidak berbahaya dikonsumsi sehingga ibu rumah tangga merasa percaya, selain itu terdapat 33 responden atau 33,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 66 responden atau 66,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa dengan adanya Label Halal dari MUI maka minyak goreng tidak berbahaya dikonsumsi sehingga ibu rumah tangga merasa percaya didominasi Sangat Setuju dengan jumlah 66 responden atau 66,0%

- 4.) Indikator Memperhatikan ada atau tidak pada kemasan minyak goreng sebelum melakukan pembelian

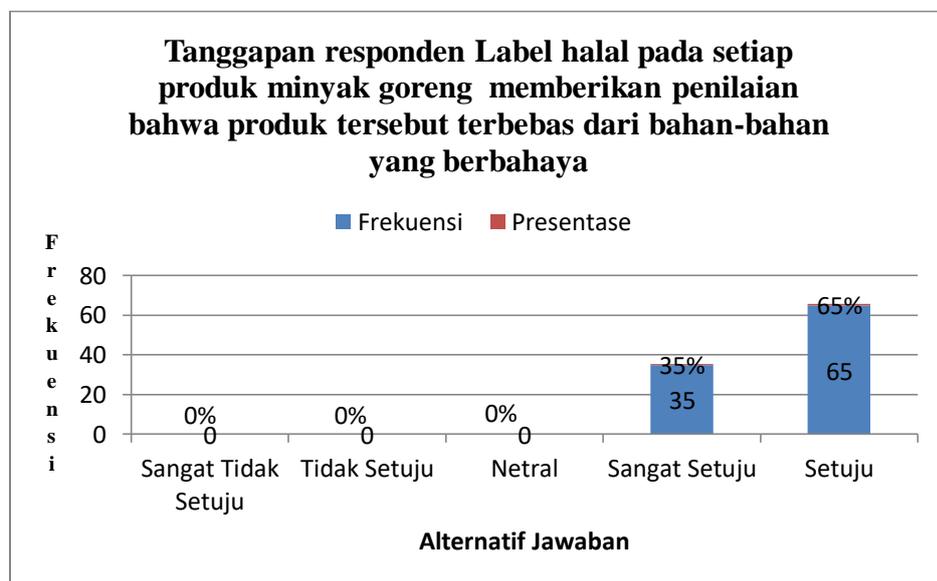


Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.9 tanggapan responden memperhatikan ada atau tidak pada kemasan minyak goreng sebelum melakukan pembelian.

Berdasarkan gambar diagram 4.9 diketahui bahwa terdapat 28 responden atau 28,0% yang menyatakan Netral bahwa memperhatikan ada atau tidak pada kemasan minyak goreng sebelum melakukan pembelian, selain itu terdapat 51 responden atau 51,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 21 responden atau 21,0%) yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa Memperhatikan ada atau tidak pada kemasan minyak goreng sebelum melakukan pembelian didominasi Setuju dengan jumlah 51 responden atau 51,0%

5.) Indikator Label halal pada setiap produk minyak goreng memberikan penilaian bahwa produk tersebut terbebas dari bahan-bahan yang berbahaya

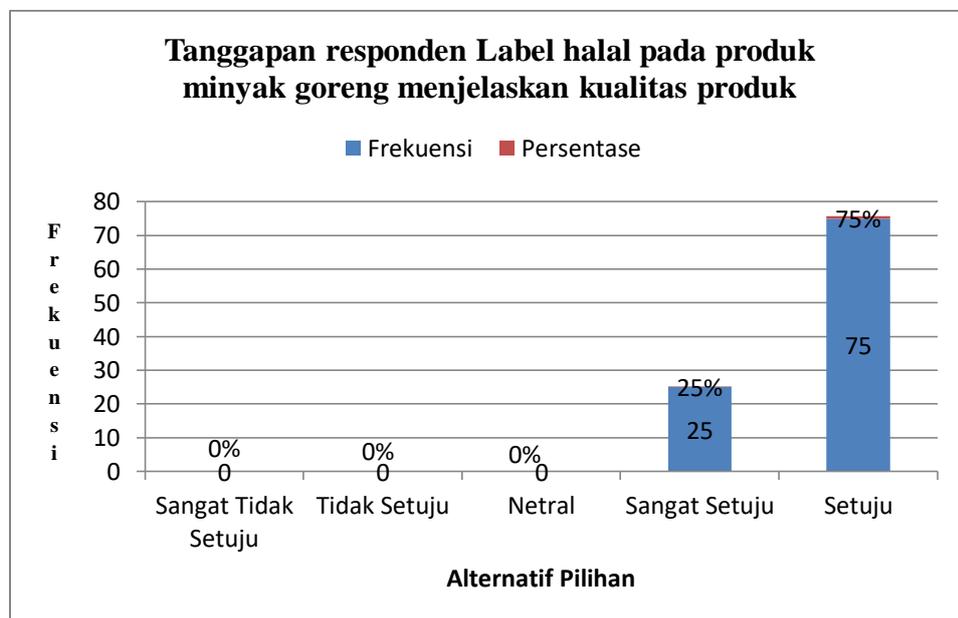


Sumber :Hasil Penelitian2020 (data diolah)

Gambar 4.10 Tanggapan responden Label halal pada setiap produk minyak goreng memberikan penilaian bahwa produk tersebut terbebas dari bahan-bahan yang berbahaya

Berdasarkan gambar diagram 4.10 diketahui bahwa terdapat 34 responden atau 35,0% yang menyatakan Setuju bahwa Label halal pada setiap produk minyak goreng memberikan penilaian bahwa produk tersebut terbebas dari bahan-bahan yang berbahaya, dan terdapat 65 responden atau 65,0% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa Label halal pada setiap produk minyak goreng memberikan penilaian bahwa produk tersebut terbebas dari bahan-bahan yang berbahaya didominasi Sangat Setuju dengan jumlah 65 responden atau 65,0%

6.) Indikator Label halal pada produk minyak goreng menjelaskan kualitas produk



Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

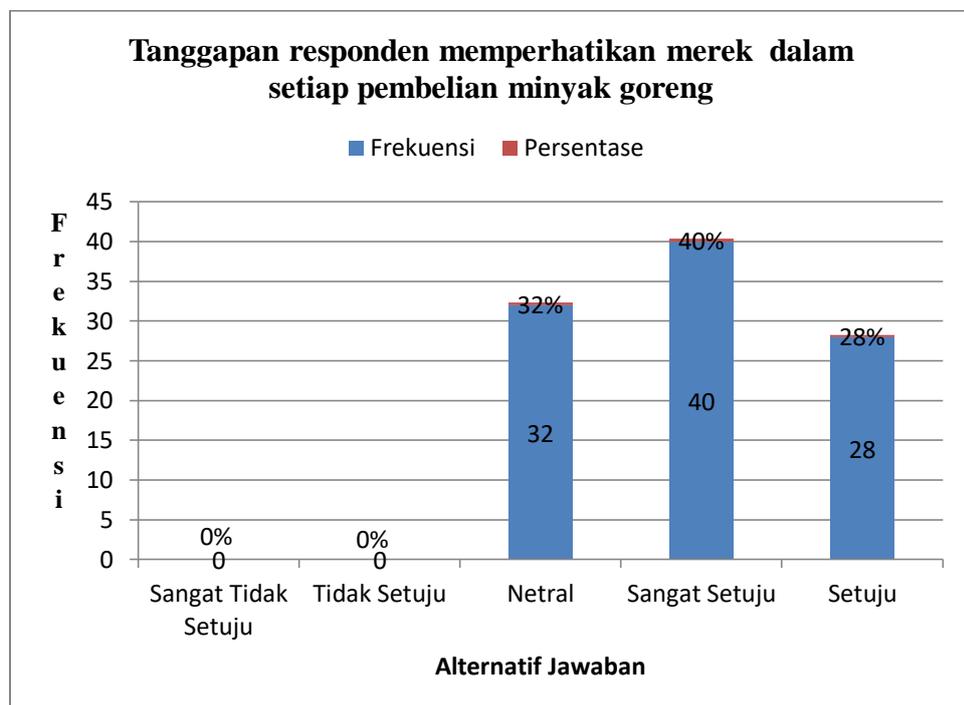
Gambar 4.11 Tanggapan responden Label halal pada produk minyak goreng menjelaskan kualitas produk

Berdasarkan gambar diagram 4.11 diketahui bahwa terdapat 25 responden atau 25% yang menyatakan Setuju bahwa Label halal pada

produk minyak goreng menjelaskan kualitas produk, dan terdapat 75 responden atau 75,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa Label halal pada produk minyak goreng menjelaskan kualitas produk didominasi Setuju dengan jumlah 75 responden atau 75,0%

b. Variabel Citra Merek X₂

1) Indikator memperhatikan merek dalam setiap Pembelian minyak goreng



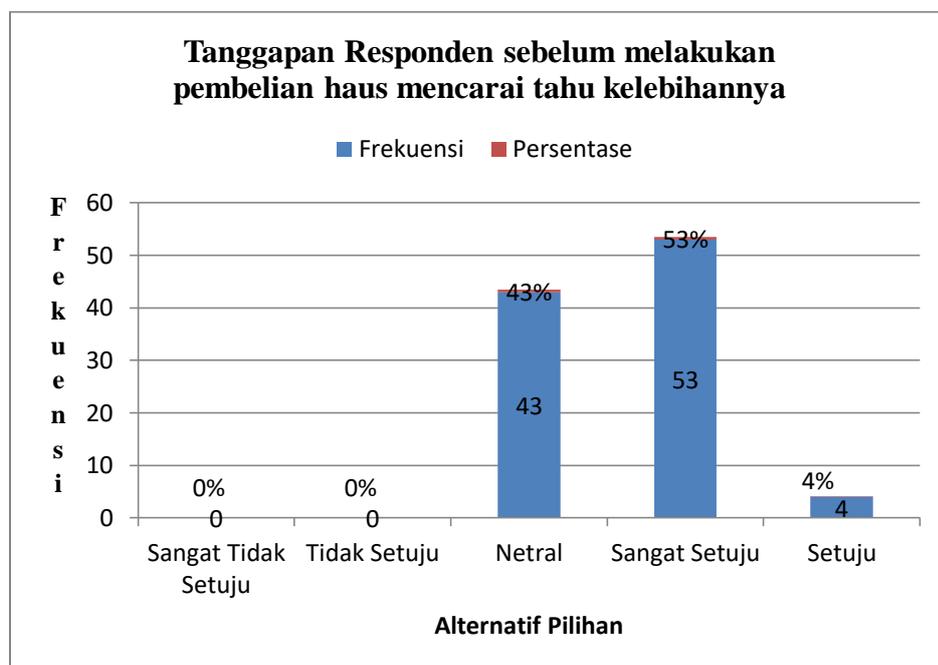
Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4,12 Tanggapan responden memperhatikan merek dalam setiap pembelian minyak goreng

Berdasarkan gambar diagram 4.12 diketahui bahwa terdapat 32 responden atau 32,0% yang menyatakan Netral bahwa mereka

memperhatikan merek dalam setiap Pembelian minyak goreng, selain itu terdapat 40,0% responden atau 40,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 28 responden atau 28,0% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa memperhatikan merek dalam setiap Pembelian minyak goreng didominasi setuju dengan jumlah 40 responden atau 40,0%

2) Indikator sebelum melakukan pembelian harus mencari tahu kebenarannya



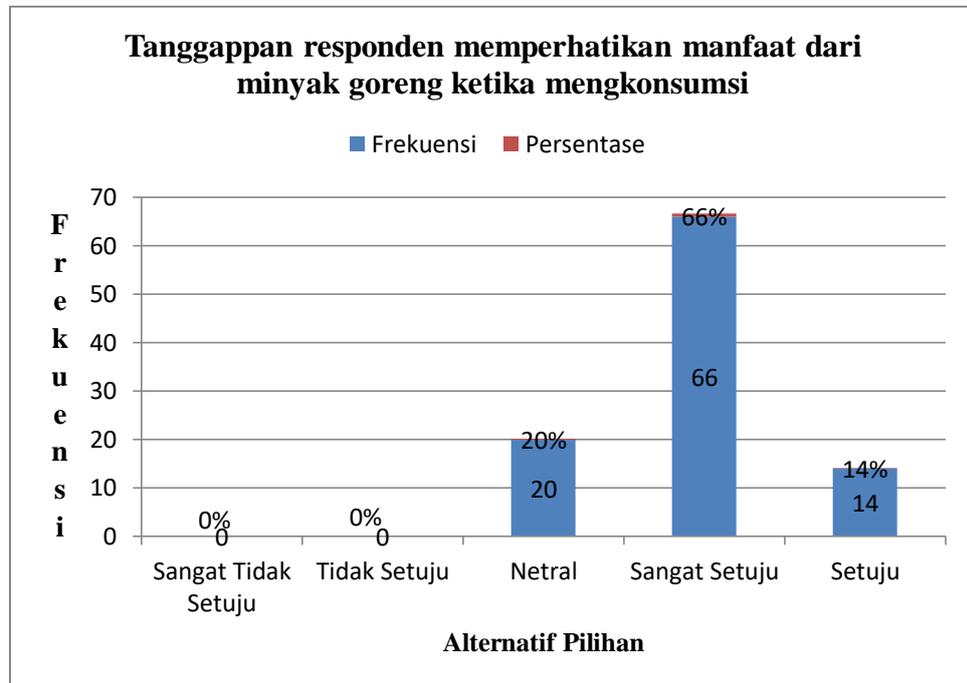
Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.13 Tanggapan Responden sebelum melakukan pembelian haus mencari tahu kebenarannya

Berdasarkan gambar diagram 4.13 diketahui bahwa terdapat 43 responden atau 43,0% yang menyatakan Netral sebelum melakukan pembelian harus mencari tahu kebenarannya, selain itu terdapat 53 responden atau 53,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 4

responden atau 4,0% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan sebelum melakukan pembelian harus mencari tahu kelebihannya didominasi setuju dengan jumlah 53 responden atau 53,0%

3) Indikator memperhatikan manfaat dari minyak goreng ketika mengkonsumsi



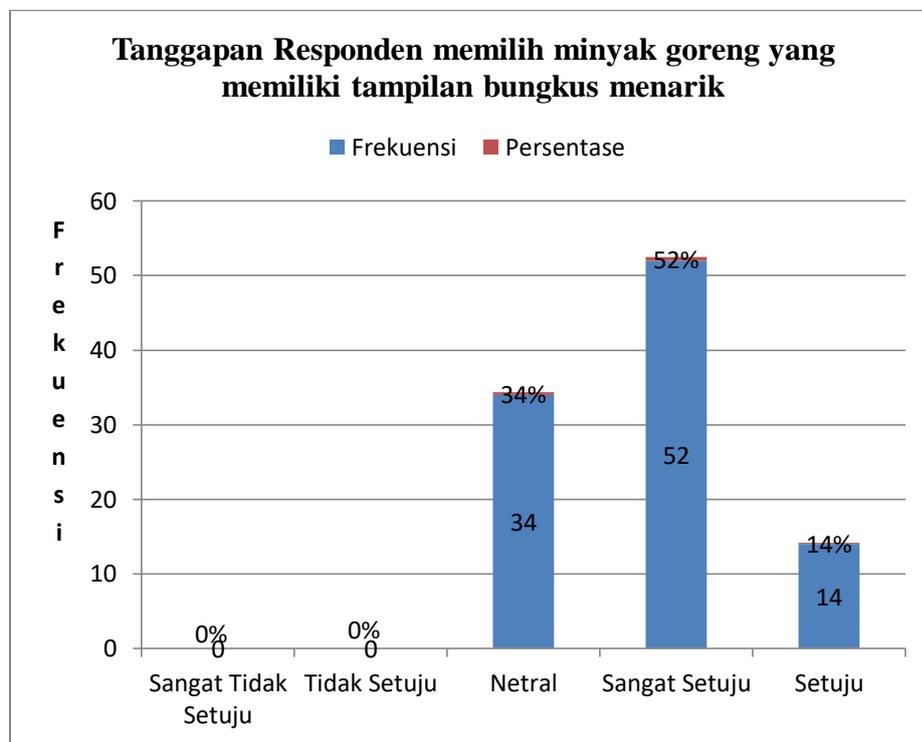
Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.14 Tanggapan responden memperhatikan manfaat dari minyak goreng ketika mengkonsumsi

Berdasarkan gambar diagram 4.14 diketahui bahwa terdapat 20 responden atau 20,0% yang menyatakan memperhatikan manfaat dari minyak goreng ketika mengkonsumsi, selain itu terdapat 66 responden atau 66,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 14 responden atau 14,0% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan memperhatikan manfaat dari minyak goreng ketika

mengonsumsi didominasi setuju dengan jumlah 66 responden atau 66,0%

4) Indikator memilih minyak goreng yang memiliki tampilan bungkus menarik

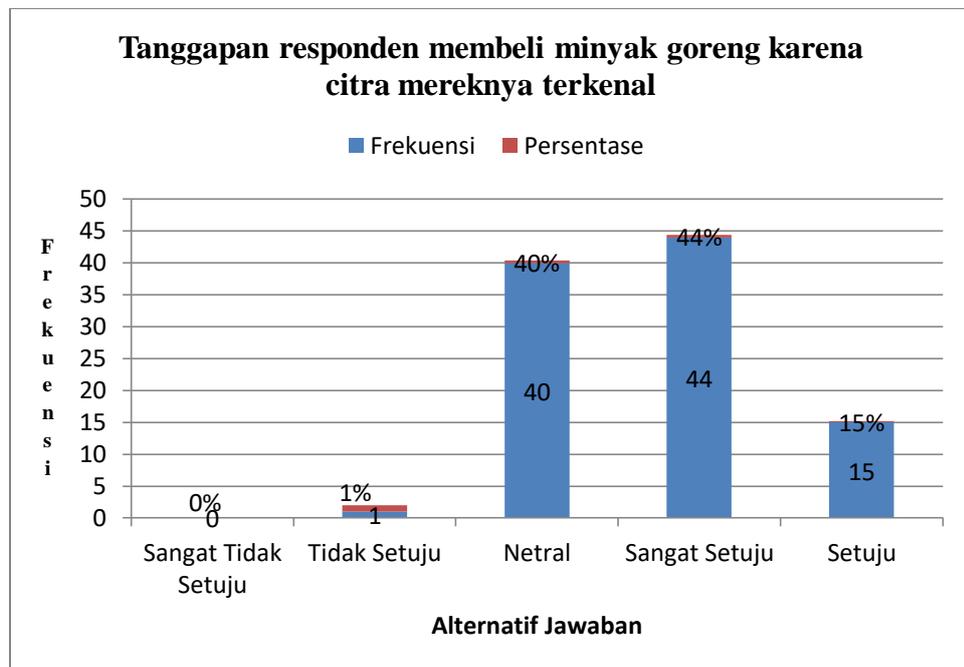


Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.15 Tanggapan Responden memilih minyak goreng yang memiliki tampilan bungkus menarik

Berdasarkan gambar diagram 4.15 diketahui bahwa terdapat 34 responden atau 34,0% yang menyatakan memilih minyak goreng yang memiliki tampilan bungkus menarik, selain itu terdapat 52 responden atau 52,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 14 responden atau 14,0% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan memilih minyak goreng yang memiliki tampilan bungkus menarik didominasi setuju dengan jumlah 52 responden atau 52,0%

5) Indikator membeli minyak goreng karena citra mereknya terkenal

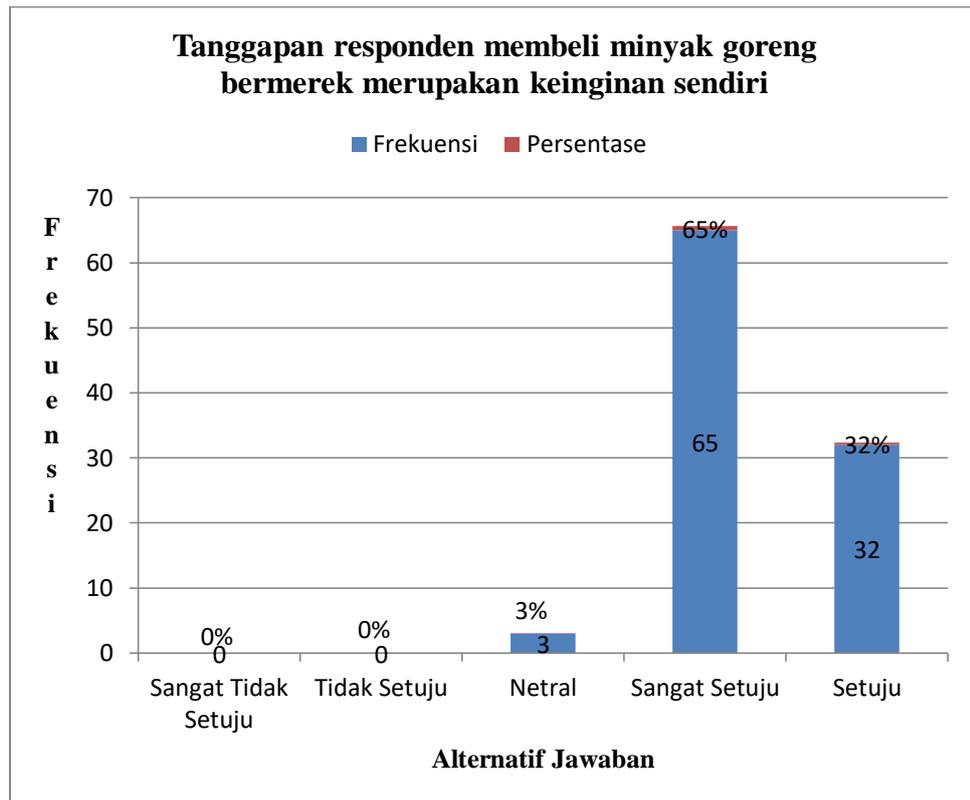


Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.16 Tanggapan responden membeli minyak goreng karena citra mereknya terkenal

Berdasarkan gambar diagram 4.16 diketahui bahwa terdapat 1 responden atau 1,0% yang menyatakan Tidak setuju membeli minyak goreng karena citra mereknya terkenal, selain itu terdapat 40 responden atau 40,0% yang menyatakan Netral, 44 responden atau 44,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 15 responden atau 15,0% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan membeli minyak goreng karena citra mereknya terkenal didominasi Setuju dengan jumlah responden 44 atau 44,0%

6) Indikator membeli minyak goreng bermerek merupakan keinginan sendiri

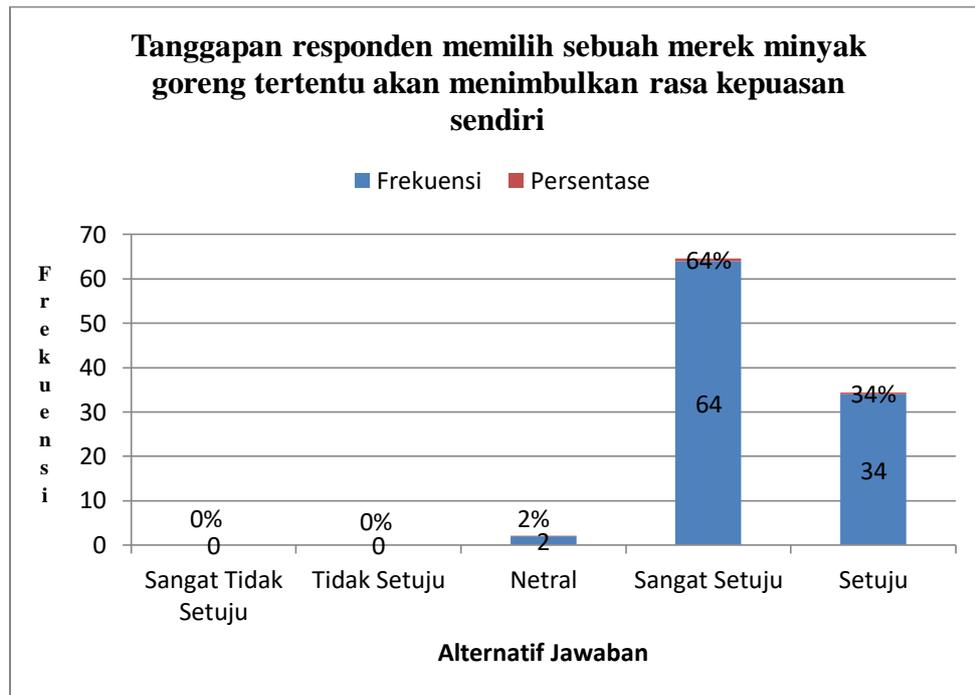


Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.17 tanggapan responden membeli minyak goreng bermerek merupakan keinginan sendiri

Berdasarkan gambar diagram 4.17 diketahui bahwa terdapat 3 responden atau 3,0% yang menyatakan Netral membeli minyak goreng bermerek merupakan keinginan sendiri, selain itu terdapat 65 responden atau 65,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 32 responden atau 32,0% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan membeli minyak goreng bermerek merupakan keinginan sendiri didominasi setuju dengan jumlah 65 responden atau 65,0%

- 7) Indikator memilih sebuah merek minyak goreng tertentu akan menimbulkan rasa kepuasan sendiri

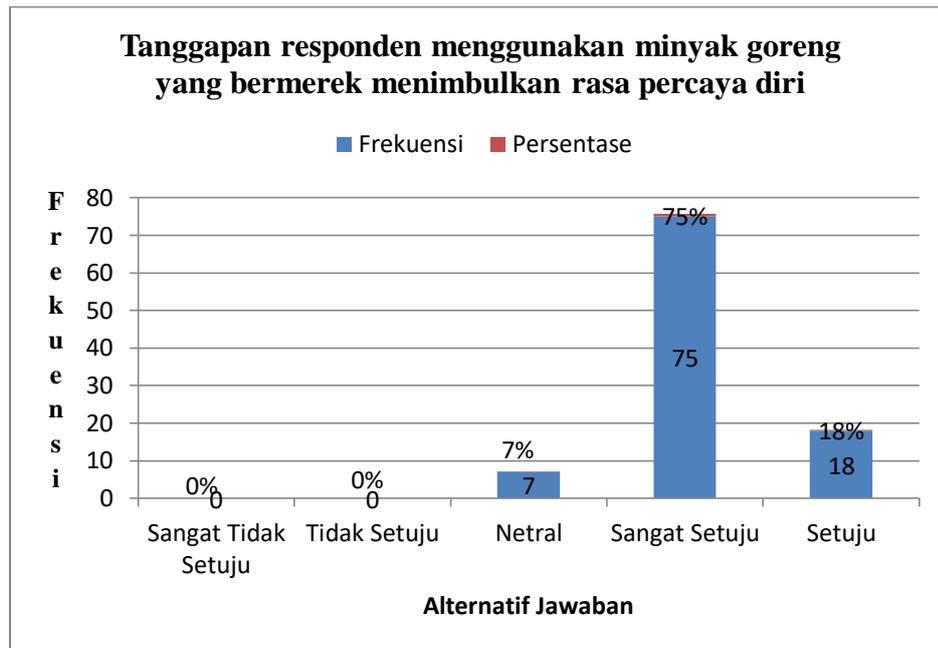


Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.18 tanggapan responden memilih sebuah merek minyak goreng tertentu akan menimbulkan rasa kepuasan sendiri

Berdasarkan gambar diagram 4.18 diketahui bahwa terdapat 2 responden atau 2,0% yang menyatakan Netral memilih sebuah merek minyak goreng tertentu akan menimbulkan rasa kepuasan sendiri, selain itu terdapat 64 responden atau 64,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 34 responden atau 34,0% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan memilih sebuah merek minyak goreng tertentu akan menimbulkan rasa kepuasan sendiri didominasi Setuju dengan jumlah 64 responden atau 64,0%

- 8) Indikator menggunakan minyak goreng yang bermerek menimbulkan rasa percaya diri



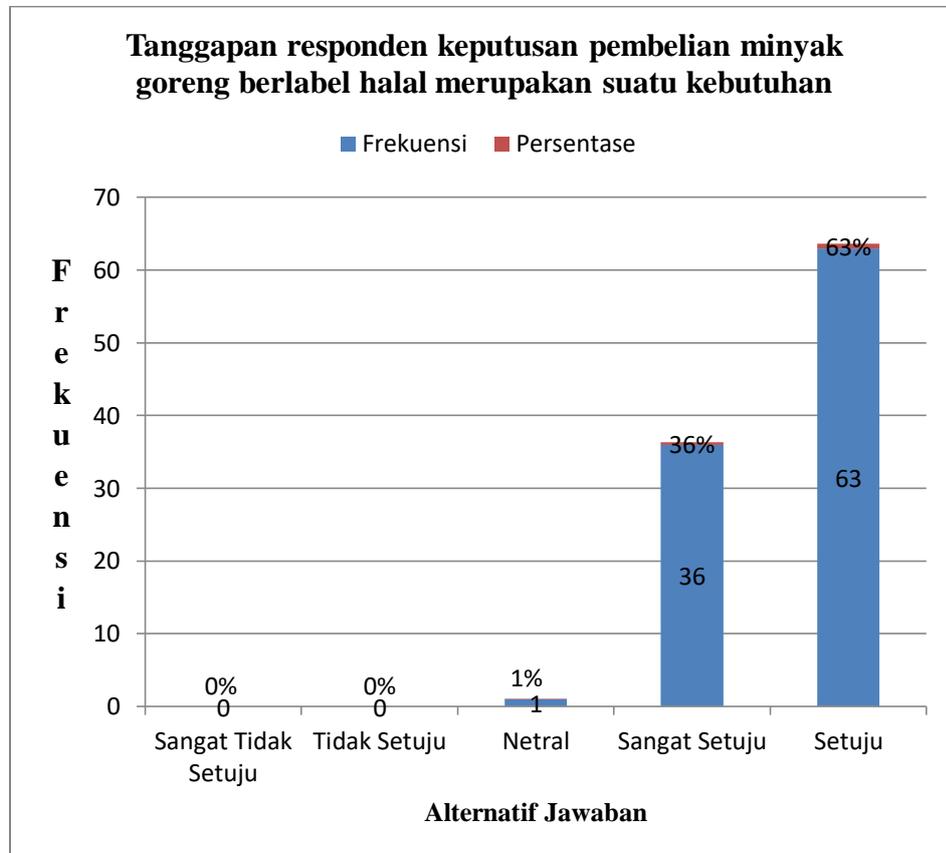
Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.19 Tanggapan responden menggunakan minyak goreng yang bermerek menimbulkan rasa percaya diri

Berdasarkan gambar diagram 4.19 diketahui bahwa terdapat 7 responden atau 7,0% yang menyatakan menggunakan minyak goreng yang bermerek menimbulkan rasa percaya diri, selain itu terdapat 75 responden atau 75,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 18 responden atau 18,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan menggunakan minyak goreng yang bermerek menimbulkan rasa percaya diri didominasi Setuju dengan jumlah 75 responden atau 75,0%

c. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

- 1.) Indikator keputusan pembelian minyak goreng berlabel halal merupakan suatu kebutuhan



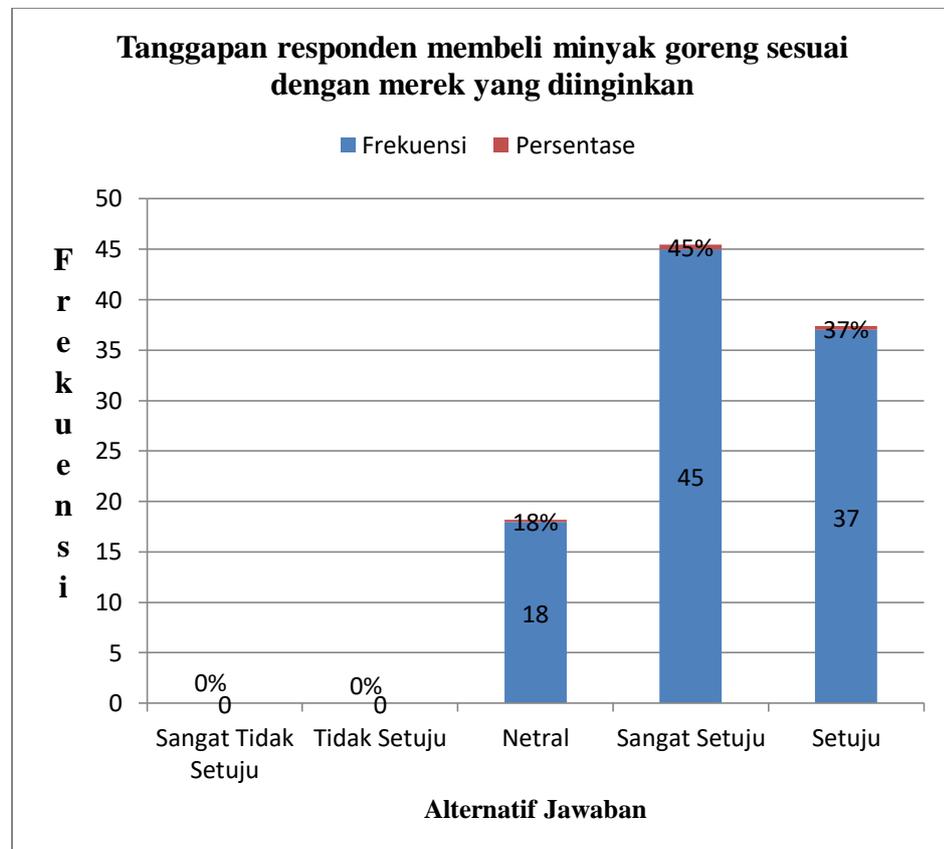
Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.20 Tanggapan responden keputusan pembelian minyak goreng berlabel halal merupakan suatu kebutuhan

Berdasarkan gambar diagram 4.20 diketahui bahwa terdapat 1 responden atau 1,0% yang menyatakan Netral bahwa keputusan pembelian minyak goreng berlabel halal merupakan suatu kebutuhan, selain itu terdapat 36 responden atau 36,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 63 responden atau 63,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan keputusan pembelian minyak goreng

berlabel halal merupakan suatu kebutuhan didominasi Sangat Setuju dengan jumlah 63 responden atau 63,0%

2.) Indikator membeli minyak goreng sesuai dengan merek yang diinginkan



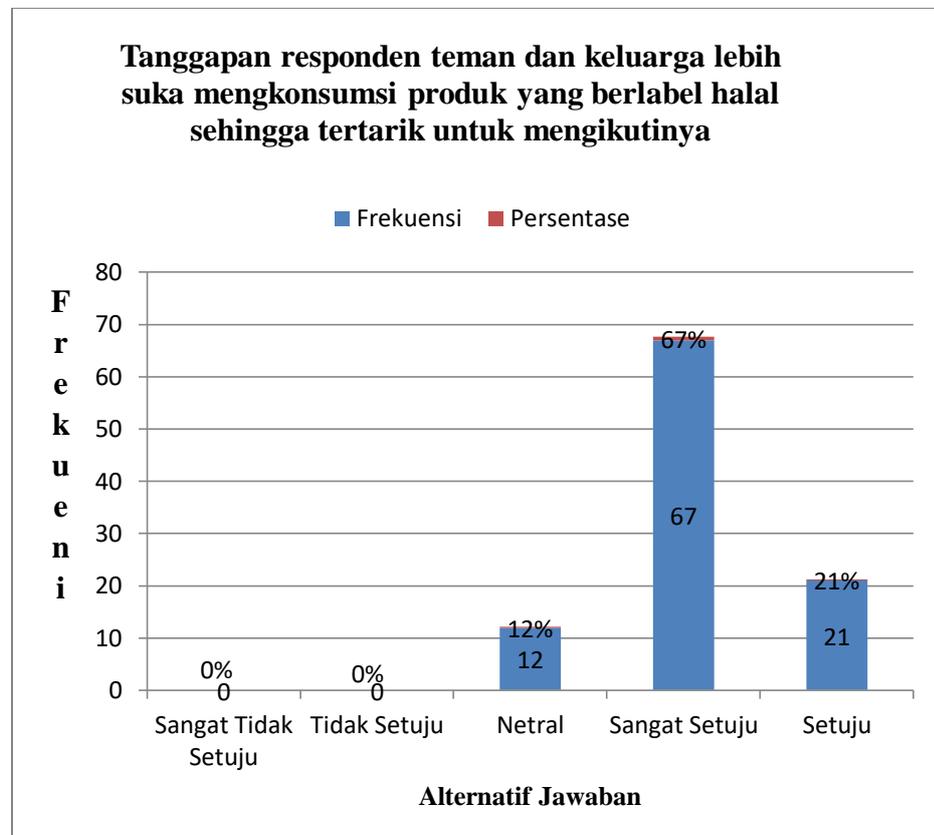
Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.21 Tanggapan responden membeli minyak goreng sesuai dengan merek yang diinginkan

Berdasarkan gambar diagram 4.21 diketahui bahwa terdapat 18 responden atau 18,0% yang menyatakan Netral bahwa membeli minyak goreng sesuai dengan merek yang diinginkan, selain itu terdapat 45 responden atau 45,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 37 responden atau 37,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data

diatas menyatakan membeli minyak goreng sesuai dengan merek yang diinginkan didominasi Setuju dengan jumlah 45 responden atau 45,0%

3.) Indikator Teman dan keluarga lebih suka mengkonsumsi produk yang berlabel halal sehingga tertarik untuk mengikutinya



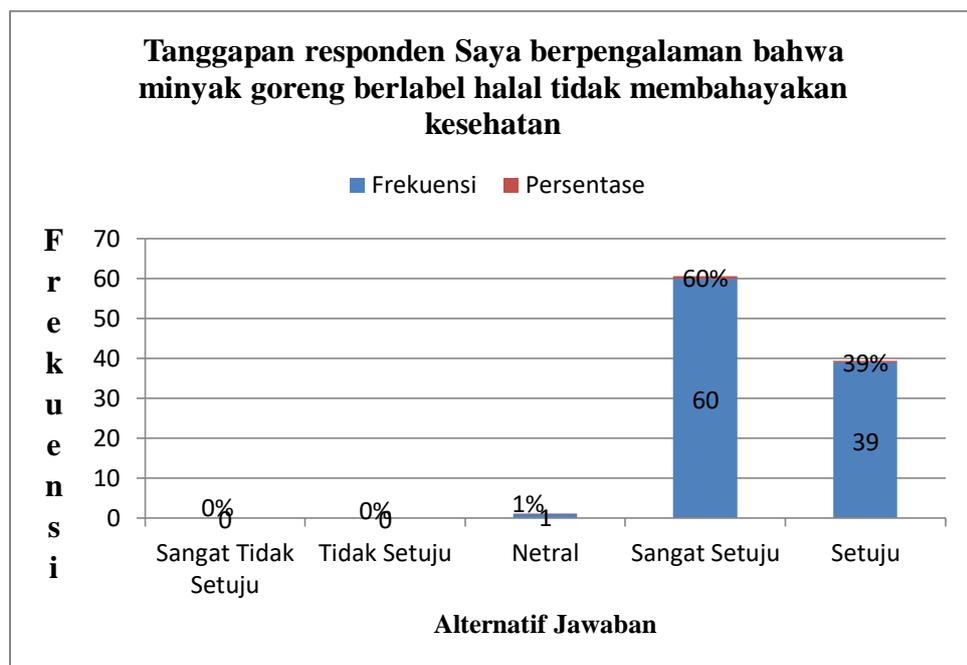
Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.22 Tanggapan responden teman dan keluarga lebih suka mengkonsumsi produk yang berlabel halal sehingga tertarik untuk mengikutinya

Berdasarkan gambar diagram 4.22 diketahui bahwa terdapat 12 responden atau 12,0% yang menyatakan Netral bahwa Teman dan keluarga lebih suka mengkonsumsi produk yang berlabel halal sehingga tertarik untuk mengikutinya, selain itu terdapat 67 responden atau 67,0%

yang menyatakan Setuju membeli minyak goreng sesuai dengan, dan terdapat 21 responden atau 21,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan membeli minyak goreng sesuai dengan merek yang diinginkan didominasi Setuju dengan jumlah 67 responden atau 67,0%

- 4.) Indikator Saya berpengalaman bahwa minyak goreng berlabel halal tidak membahayakan kesehatan



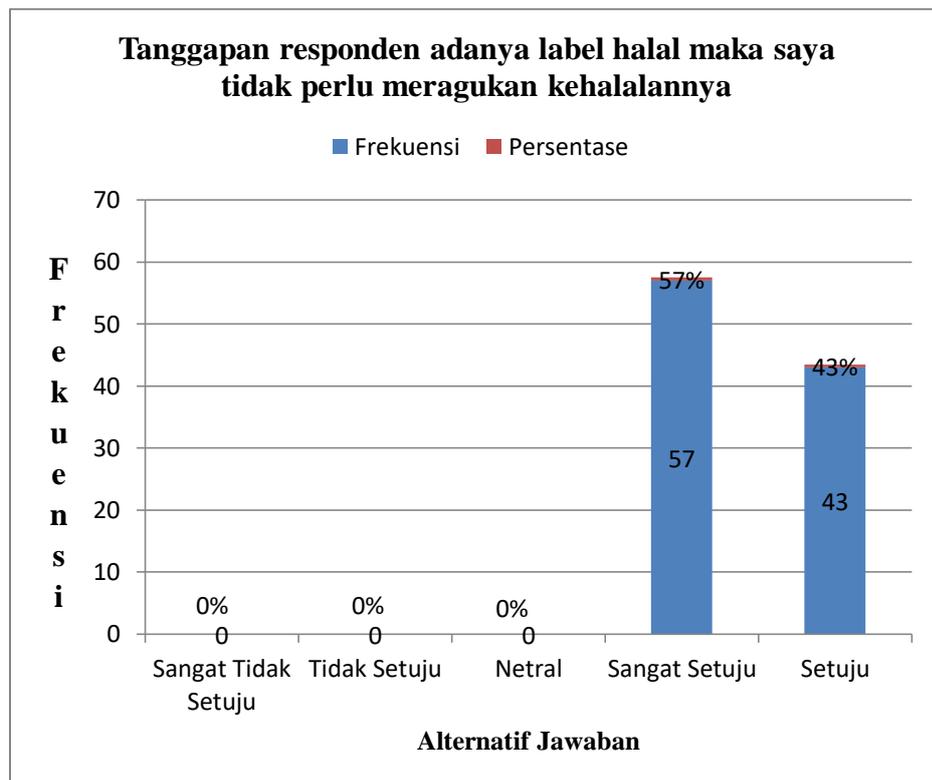
Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.23 Tanggapan responden Saya berpengalaman bahwa minyak goreng berlabel halal tidak membahayakan kesehatan

Berdasarkan gambar diagram 4.23 diketahui bahwa terdapat 1 responden atau 1,0 % yang menyatakan Netral bahwa berpengalaman bahwa minyak goreng berlabel halal tidak membahayakan kesehatan , selain itu terdapat 60 responden atau 60,0% yang menyatakan Setuju

membeli minyak goreng sesuai dengan, dan terdapat 39 responden atau 39% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan berpengalaman bahwa minyak goreng berlabel halal tidak membahayakan kesehatan didominasi Setuju dengan jumlah 60 responden atau 60,0%

5.)Indikator dengan adanya label halal maka saya tidak perlu meragukan kehalalannya



Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

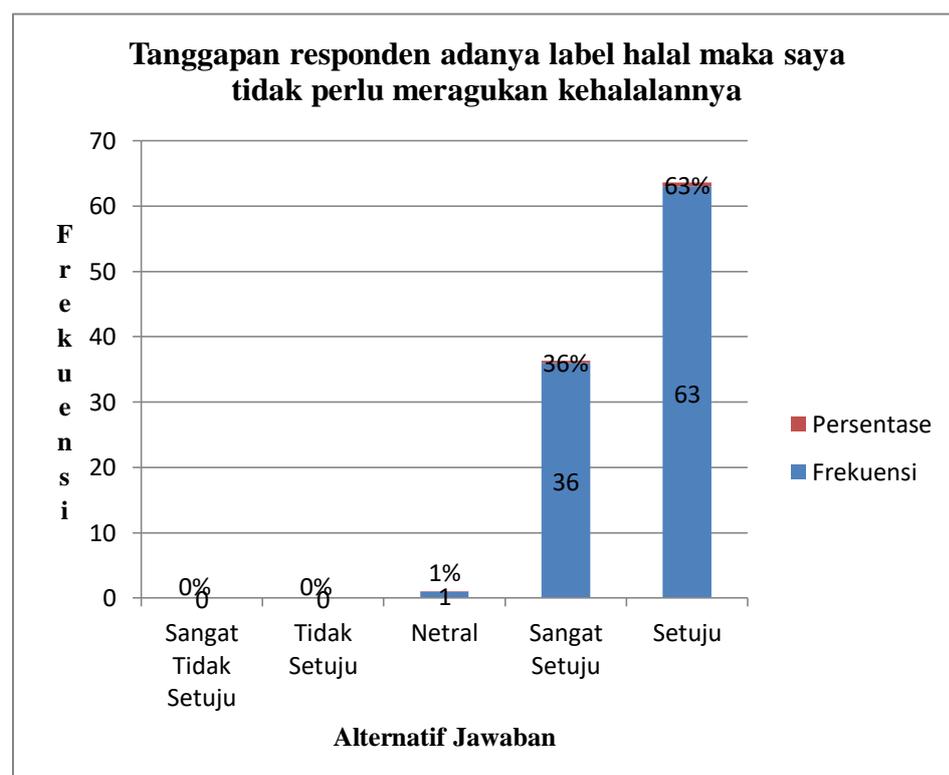
Gambar 4.24 Tanggapan responden adanya label halal maka saya tidak perlu meragukan kehalalannya

Berdasarkan gambar diagram 4.24 diketahui bahwa terdapat 57 responden atau 57,0% yang menyatakan setuju bahwa dengan adanya label halal maka saya tidak perlu meragukan kehalalannya ,dan terdapat

43 responden atau 43,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan dengan adanya label halal maka saya tidak perlu meragukan kehalalannya didominasi Setuju dengan jumlah 57 responden atau 57,0%

6.) Indikator menyadari adanya keinginan menggunakan produk minyak goreng

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

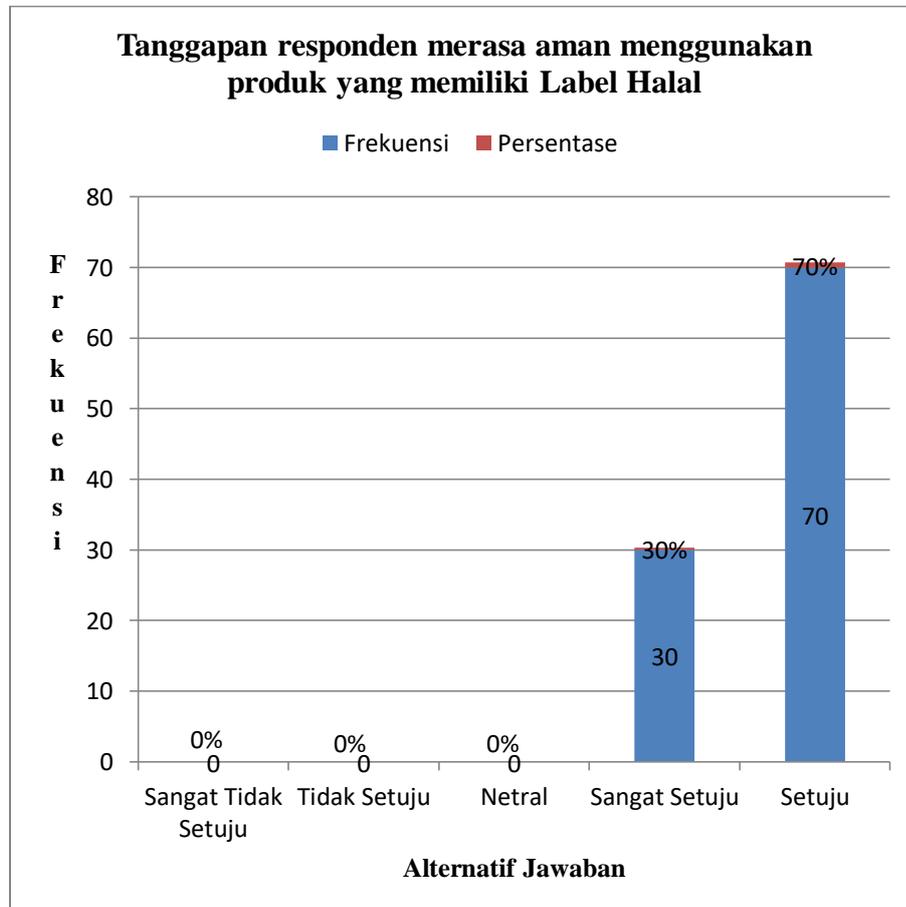


Gambar 4.25 Tanggapan responden adanya label halal maka saya tidak perlu meragukan kehalalannya

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui bahwa terdapat 1 responden atau 1,0 % yang menyatakan Netral bahwa menyadari adanya keinginan menggunakan produk minyak goreng, selain itu terdapat 36 responden atau 36,0% yang menyatakan Setuju, dan terdapat 63 responden atau 63,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas

menyatakan menyadari adanya keinginan menggunakan produk minyak goreng didominasi Sangat Setuju dengan jumlah 63 responden atau 63,0%

7.) Indikator merasa aman menggunakan produk yang memiliki Label Halal



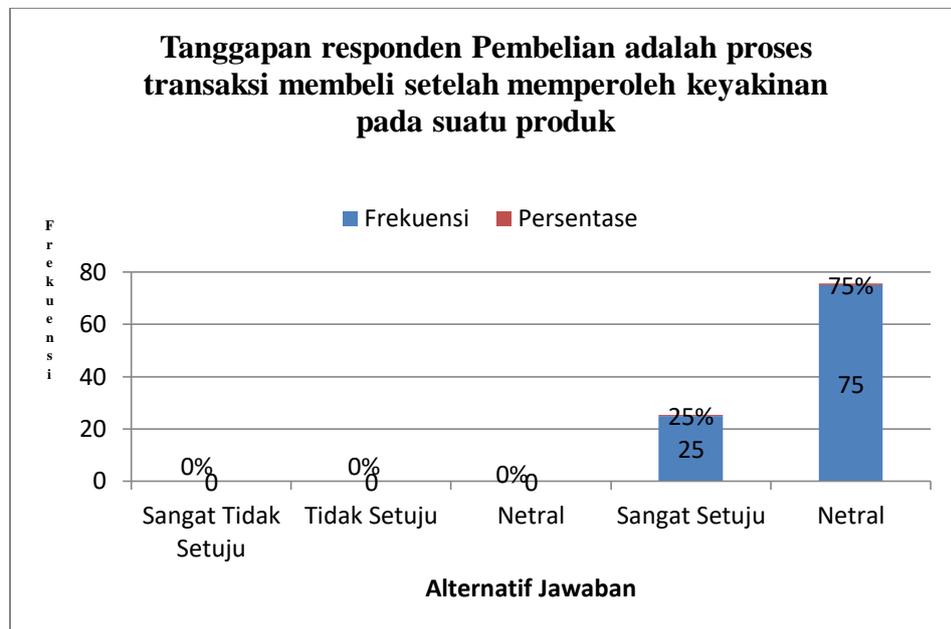
Sumber: Data Penelitian 2020 (data diolah)

Gambar 4.26 Tanggapan responden merasa aman menggunakan produk yang memiliki Label Halal

Berdasarkan gambar diagram 4.26 diketahui bahwa terdapat 30 responden atau 30,0% yang menyatakan setuju merasa aman menggunakan produk yang memiliki Label Halal, dan terdapat 70 responden atau 70,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan merasa aman menggunakan produk yang memiliki

Label Halal didominasi Sangat Setuju dengan jumlah 70 responden atau 70,0%

8.) Indikator Pembelian adalah proses transaksi membeli setelah memperoleh keyakinan pada suatu produk



Sumber: Hasil Penelitian 2020(data diolah)

Gambar 4.27 Tanggapan responden Pembelian adalah proses transaksi membeli setelah memperoleh keyakinan pada suatu produk

Berdasarkan gambar diagram 4.27 diketahui bahwa terdapat 25 responden atau 25,0% yang menyatakan Setuju Pembelian adalah proses transaksi membeli setelah memperoleh keyakinan pada suatu dan terdapat 75 responden atau 75,0% yang menyatakan Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas menyatakan Pembelian adalah proses transaksi membeli setelah memperoleh keyakinan pada suatu produk didominasi produk Setuju dengan jumlah 75 responden atau 75,0%

4. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Pengujian Validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistics 25* . pengujian validitas dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya, uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan , dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r-hitung yang dibandingkan dengan r-tabel dapat diperoleh dari df (*Degree of Freedom*) = $n-2$ (signifikan 5%, n = jumlah sample) untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner maka diuji dengan teknik *Correlation product moment*. Dalam uji validitas ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar variabel dapat dikatakan valid yakni sebagai berikut:

- a. Tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5%
- b. $Df = n-2$

$$Df = 100-2 = 98$$

Maka didapat nilai $r_{\text{tabel}} = 0,165$ (r_{tabel} untuk $n=98$)

- c. Jika $r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$ Maka pertanyaan dinyatakan Valid

Adapun analisis diatas variabel independen dan variabel dependen dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Label Halal (X_1)	1	0,705	0,165	Valid
	2	0,568	0,165	Valid
	3	0,625	0,165	Valid

	4	0,779	0,165	Valid
	5	0,711	0,165	Valid
	6	0,535	0,165	Valid
	7	0,542	0,165	Valid
	8	0,557	0,165	Valid
Citra Merek (X ₂)	1	0,705	0,165	Valid
	2	0,568	0,165	Valid
	3	0,625	0,165	Valid
	4	0,779	0,165	Valid
	5	0,711	0,165	Valid
	6	0,535	0,165	Valid
	7	0,542	0,165	Valid
	8	0,557	0,165	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,418	0,165	Valid
	2	0,744	0,165	Valid
	3	0,728	0,165	Valid
	4	0,685	0,165	Valid
	5	0,761	0,165	Valid
	6	0,250	0,165	Valid
	7	0,413	0,165	Valid
	8	0,349	0,165	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Dari tabel uji validitas diatas dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid

2.Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu nilai yang menunjukkan kehandalan pada instrumen penelitian, setiap alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji reabilitas ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* yaitu memberikan nilai koefisien korelasi setiap butir pertanyaan dengan pertanyaan total. Apabila koefisien Alpha $>$ dengan taraf signifikan 60% atau 0,6, maka kuesioner tersebut reliabel

Pengujian Reabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistick 25* yaitu:

Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Label Halal	0,785	0,60	Reliable
Citra Merek	0,785	0,60	Reliable
Keputusan Pembelian	0,677	0,60	Reliable

Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reabilitas diatas menunjukkan bahwa dari nilai *Cronbach's Alpa* untuk variabel lebih dari 0,60 maka penelitian ini dapat dikatakan Reliabel

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dalam penelitian digunakan untuk mengetahui apakah sebuah data dalam suatu penelitian telah memiliki distribusi normal atau tidak. (Evita dan Ariawaty, 2018. Hlm 21). Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari alpha 5% Atau 0,05 maka menunjukkan distribusi data normal. Pedoman yang digunakan untuk mengetahui normalitas data yakni non parametrik *Kolmogrow Smirnov*

Tabel 4.3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,94185662
Most Extreme Differences	Absolute	0,059
	Positive	0,059
	Negative	-0,044
Test Statistic		0,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil Uji normalitas dengan cara uji *kolmogorov-smirnov* diatas dengan nilai signifikan = 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp.sig = 0,200 maka lebih besar dari 0,05 sehingga data tersebut berdistribusi normal

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antara dua variabel. Linearitas dapat diartikan sebagai hubungan yang linear antar variabel, yaitu apabila terjadi perubahan pada satu variabel maka variabel lain pun akan mengalami perubahan dengan besaran yang sejajar. Pengujian linearitas berfungsi atau bertujuan untuk mengetahui apakah penelitian linear (lurus) atau tidak linear (tidak lurus). Hasil pengujian linearitas yang menunjukkan tidak linear sama artinya data yang didapatkan dari para responden menunjukkan bahwa data yang menjadi alat ukur penelitian untuk mengungkapkan masalah pada setiap indikator yang dijadikan kuesioner penelitian kurang konsisten, meskipun indikator-indikator tersebut masih tercakup dalam satu kesatuan konsep operasional variabel. Hal ini berpengaruh terhadap angka standar deviasi (penyimpangan).

Jika hasil pengujian linearitas menunjukkan hasil yang tidak linear maka pengolahan data tidak bisa dilanjutkan ke dalam pengukuran pengaruh hubungan dan pengujian hipotesis. Alasannya, data yang didapatkan dari para responden dianggap kurang konsisten untuk meregresikan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan *Test For Linearty* dengan taraf signifikan 0,05% artinya variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikannya kurang dari 0,05. Berikut ini pengujian liniearitas dengan *Spss 25 For Windows*

Tabel 4,4 Uji Linearitas**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Label Halal	Between Groups	(Combined)	202,575	8	25,322	6,610	0,000
		Linearity	161,549	1	161,549	42,173	0,000
		Deviation from Linearity	41,025	7	5,861	1,530	0,167
	Within Groups		348,585	91	3,831		
	Total		551,160	99			

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (Data diolah)

Tabel 4.5 Uji Linearitas**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Citra Merek	Between Groups	(Combined)	140,762	12	11,730	2,487	0,008
		Linearity	75,586	1	75,586	16,023	0,000
		Deviation from Linearity	65,175	11	5,925	1,256	0,264
Within Groups		410,398	87	4,717			
Total		551,160	99				

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat data label halal terhadap keputusan pembelian sebesar $0,000 < 0,005$ dan citra merek terhadap keputusan pembelian $0,000 < 0,005$, maka dapat dikatakan bahwa label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan linier.pada kolom Linearty menunjukkan hubungan yang linear.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya ditemukan korelasi antara variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Model regresi yang baik tidak ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Uji multikolinieritas pada penelitian dilakukan dengan matriks korelasi. ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai Tolerance-nya.

Apabila nilai matriks korelasi tidak ada yang lebih besar dari 0,1 maka dapat dilakukan data yang akan dianalisis tidak ada gejala multikolinieritas. Kemudian apabila nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai Tolerance mendekati 1, maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinieritas

Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Label Halal	0,847	1,181
Citra Merek	0,847	1,181

Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

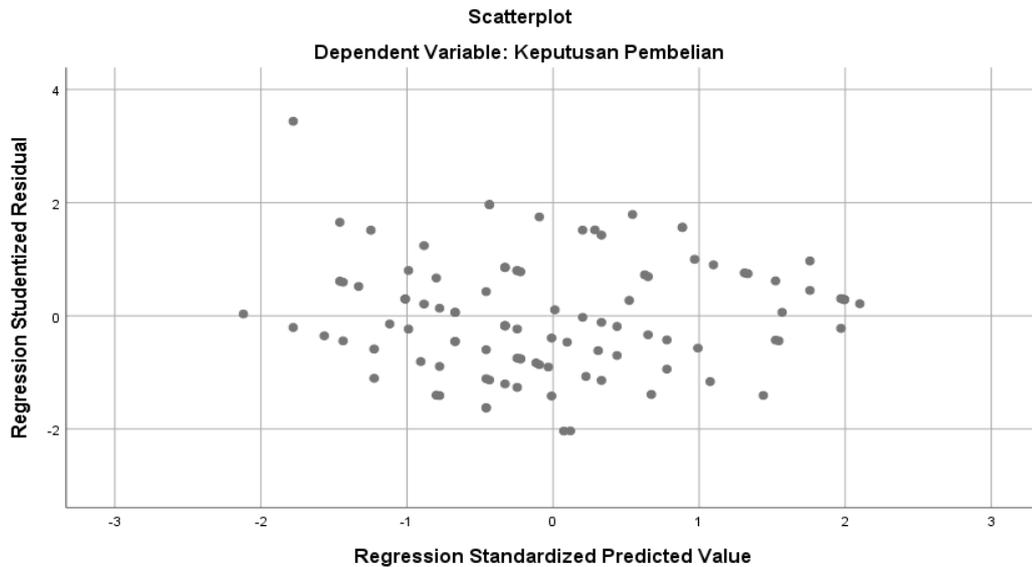
Berdasarkan uji multikolinieritas dalam tabel di atas nilai dari kedua variabel independen tidak lebih dari 0,10 dan hasil nilai VIF menunjukkan kedua

variabel independen tidak melebihi 10,00 sar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolenearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, jika berbeda disebut heterokedastisitas. Heterokedastisitas yang baik adalah jika yang terjadi homokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik scattplot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residualnya ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distandardisasi, analisisnya adalah:

- 1.) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas.
- 2.) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4.28 Pengujian Heteroskedastisitas

Pola Scatterplot sudah menyebar secara acak sehingga dapat disimpulkan tidak ada masalah heteroskedastisitas dan model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independen yaitu Label Halal dan Citra Merek

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi Linier berganda merupakan Prosedur yang berfungsi untuk melihat hubungan linier antara lebih dari satu variabel yang diidentifikasi sebagai variabel independen atau variabel bebas dengan satu variabel lain yang diidentifikasi sebagai variabel dependen. (Sarwono, 2016, hlm 44-45). Maka dalam penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu variabel label halal dan Citra Merek terhadap variabel dependen yaitu

keputusan pembelian.. Metode analisis ini merupakan metode *statistic* yang digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel terhadap variabel lain.

Tabel 4,7 Model Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,599	3,909		2,455	0,016
Label Halal	0,600	0,116	0,468	5,155	0,000
Citra Merek	0,143	0,069	0,187	2,058	0,042

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil perhitungannya model regresi linear berganda diperoleh koefisien untuk variabel label halal 0,600 dan variabel citra merek 0,143 dengan konstanta 9,599 sehingga model persamaan regresi dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 9,599 + 0,600X_1 + 0,143X_2$$

Berdasarkan hasil perhitungan model persamaan linier berganda yang diambil dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta

Nilai konstanta sebesar 9,599 menyatakan bahwa jika tidak terdapat pengaruh label halal (X_1) dan citra merek (X_2) maka keputusan pembelian naik sebesar 9,599

2. Label Halal (X_1)

Variabel label halal (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) yakni nilai koefisien regresi sebesar 0,600 yang berarti jika label halal mengalami kenaikan 1 (satuan) maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan 0,600 dan sebaliknya jika keputusan pembelian mengalami penurunan 1 (satuan) maka label halal akan mengalami penurunan sebesar 0,600.

3. Citra merek (X_2)

Variabel citra merek (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) yakni nilai koefisien regresi sebesar 0,143 yang berarti jika citra merek mengalami kenaikan 1 (satuan) maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan 0,143 dan sebaliknya jika keputusan pembelian mengalami penurunan 1 (satuan) maka citra merek akan mengalami penurunan sebesar 0,143.

a. Uji Statistik F (Uji simultan)

Uji Statistik F digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara bersama-sama dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji F dapat dilakukan dengan melihat signifikan F pada output uji Anova. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat bahwa variabel bebas secara simultan

berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Uji ini diperlukan untuk membuktikan regresi berganda yang dirumuskan melalui hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Uji persamaan garis regresi dihitung berdasarkan variasi dari regresi dan residu (Setiawati, 2017, hlm189)

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada Alpha 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada Alpha 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel bebas secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat

Tabel 4.8 Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	177,850	2	88,925	23,106	,000 ^b
Residual	373,310	97	3,849		
Total	551,160	99			

Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.33 diatas menunjukkan hasil dari uji F yang ujuan untuk menguji pengaruh label halal (X_1), citra merek (X_2) adap keputusan pembelian (Y). Maka diperoleh dari F_{hitung} sebesar 06 > F_{tabel} 3,09 dan nilai signifikan 0,000<0,05, maka dapat

mpulkan bahwa H_a dalam penelitian ini diterima yang berarti terdapat pengaruh label halal (X_1) dan citra merek (X_2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y)

b. Uji Statistik T (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Tujuan dari uji t adalah untuk menguji koefisien regresi secara individual. Jika nilai signifikannya $> 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. pada taraf tingkat kepercayaan 95% atau alpha 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1.) Jika tingkat signifikan $< 5\%$, maka hipotesis diterima
- 2.) Jika tingkat signifikan $> 5\%$ maka Hipotesis ditolak

Atau dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1.) Jika Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Hipotesis diterima
- 2.) Jika Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak.

Tabel 4.9 Uji T (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,599	3,909		2,455	0,016
Label Halal	0,600	0,116	0,468	5,155	0,000
Citra Merek	0,143	0,069	0,187	2,058	0,042

Sumber : Hasil Penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan hasil uji t yang bertujuan untuk menguji koefisien regresi secara individual yakni label halal dan citra merek. Maka diperoleh dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Maka berdasarkan dari uji t dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Label halal

Hasil dari uji t dilihat dari tabel diatas menunjukkan koefisien bernilai positif dari variabel label halal diperoleh dari t_{hitung} 5,155 > t_{tabel} 1,984 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan demikian H_a diterima

2. Citra merek

Hasil dari uji t dilihat dari tabel diatas menunjukkan koefisien bernilai positif dari variabel label halal diperoleh dari t_{hitung} 2,058 > t_{tabel} 1,984 dengan nilai signifikan $0,042 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan demikian H_a diterima

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan dependen. Dalam regresi linear berganda koefisien korelasi merupakan sumbangan/kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai dengan 1, semakin mendekati angka 1 persamaan garis regresi adalah semakin baik. Dan dikatakan tidak baik jika semakin mendekati nilai 0.

Tabel 4.10 Uji R²**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,568 ^a	0,323	0,309	1,96177

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Label Halal
sumber : Hasil Penelitian 2020 (Data diolah)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diketahui bahwa nilai R^2) diperoleh sebesar 0,323 . Hal ini berarti 32,3% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel label halal dan citra merek, sedangkan 67,7% dipengaruhi faktor lain.

B. Analisis Data

1. Pengaruh secara Parsial antara Label Halal terhadap keputusan Pembelian Minyak Goreng Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Anjir Muara

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} 5,155 > t_{tabel} 1,984$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel label halal memiliki hubungan yang positif dengan melihat nilai $t_{hitung} 5,155$, maka dapat dijelaskan bahwa label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng pada ibu rumah tangga di kecamatan Anjir Muara, dengan demikian H_a dalam

penelitian ini diterima. Dengan demikian hasil penelitian ini didukung penelitian-penelitian terdahulu yakni salah satunya Siti Maemonah (2017) yang menunjukkan bahwa Label Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Ali (2016) Islam telah mengajarkan kepada umat muslim untuk mengonsumsi makanan, minuman, tumbuhan, dan hewan yang halal lagi *tayyib* (baik) sesuai perintah agama dan Hukumnya, sebagaimana di jelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Ma'idah:88

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

Artinya: “dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah yang kamu beriman kepadanya”(QS Al-Ma'idah:88)

Konsep halal dalam Islam diperuntukkan pada segala yang baik dan bersih yang dimakan atau dikonsumsi oleh umat Manusia sesuai dengan syariat Islam dan terhindar dari hal yang diharamkan. Menurut (Nugroho, 2015, hlm 31). Di Indonesia sendiri jaminan produk Halal dilakukan dengan pemberian tanda halal sebagai jaminan produk tersebut halal dengan tulisan Halal dalam huruf bahasa Arab dari Menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal melalui Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan sertifikat halal sebagai Jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah Halal untuk dikonsumsi serta juga digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan Syariat Islam baik dilihat dari sisi kesehatan maupun dari segi Agama Islam. Dengan adanya label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI)

pada kemasan produk, maka secara langsung akan memberikan pengaruh bagi konsumen untuk menggunakan produk ber label halal tersebut.

Hasil penelitian ini memberikan penilaian dengan adanya label halal dari Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) pada produk minyak goreng memberikan pengaruh kepada para ibu-ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di Kecamatan Anjir Muara membeli produk minyak goreng yang memiliki Label halal, dalam pengambilan keputusan pembelian minyak goreng. Karena dengan adanya label halal sebagai jaminan produk tersebut Halal maka para ibu-ibu rumah tangga merasa aman dan nyaman ketika mengkonsumsi produk minyak goreng yang memiliki label halal serta telah melaksanakan Anjuran dari agama islam untuk mengkonsumsi makanan yang halal.

2. Pengaruh secara Parsial antara Citra Merek terhadap keputusan Pembelian Minyak Goreng Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Anjir Muara

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dengan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} 2,058 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,042 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel citra merek memiliki hubungan yang positif dengan melihat nilai $t_{hitung} 2,058$, maka dapat dijelaskan bahwa citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima. Dengan demikian penelitian ini didukung

penelitian-penelitian terdahulu salah satunya Rahmawati Rahman (2018) yang menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut (Firmansyah, 2019, hlm 60-62), Citra merek merupakan suatu pandangan yang muncul dipikiran konsumen ketika mengingat suatu merek dari merek tertentu. Sebuah produk memiliki citra merek yang baik maka produk tersebut mampu menarik perhatian konsumen baik dari segi kualitas, kelebihan maupun manfaat yang akan diterima oleh konsumen ketika mengkonsumsi produk tersebut.

Hasil penelitian ini memberikan penjelasan bahwa citra merek dari minyak goreng yang baik mampu menarik perhatian para ibu-ibu rumah tangga di kecamatan Anjir Muara untuk melakukan pembelian minyak goreng. Maka para ibu rumah tangga di kecamatan Anjir Muara akan memberikan pandangan, kesan, maupun keyakinan terhadap sebuah keputusan pembelian minyak goreng dari segi kualitas, kelebihan maupun manfaat yang akan diterima oleh konsumen ketika mengkonsumsi produk ketika mengkonsumsi minyak goreng.

3. Pengaruh secara Simultan antara Label Halal dan Citra Merek terhadap keputusan Pembelian Minyak Goreng Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Anjir Muara

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dengan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa label halal dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian minyak

goreng pada ibu rumah tangga dikecamatan anjir muara, hal ini dapat ditunjukkan dari nilai dari F_{hitung} sebesar $23,106 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a dalam penelitian ini diterima yang berarti terdapat pengaruh label halal dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian

Menurut (Muhyiddin dkk, 2020, hlm 93-94). Dalam Islam keputusan pembelian adalah pemenuhan kebutuhan konsumen terhadap dirinya baik dalam bentuk barang maupun dalam bentuk jasa untuk mengambil manfaat maupun memenuhi kebutuhan hidupnya harus sesuai dan memenuhi kaidah Syariah Islam). Menurut Effendi, 2016, (hlm 249-252) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal, pertama yakni Pengaruh budaya, yang merupakan penilaian, gagasan, sebagai penafsiran atau penilaian sebagai konsumen. Kedua, pengaruh kelas sosial, yang merupakan pengaruh dari masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang memiliki kesamaan, kelas sosial menghasilkan perilaku konsumen yang berbeda. Ketiga, pengaruh pribadi, yang merupakan pengaruh dari individu yang memiliki hubungan yang erat. Keempat, pengaruh keluarga yang merupakan pengambilan keputusan berdasarkan peran dan fungsi yang bervariasi.

Dilihat dari hasil penelitian keputusan pembelian minyak goreng pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Anjir Muara menunjukkan bahwa label halal dan Citra Merek memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian pada Minyak Goreng karena dengan adanya label halal para ibu rumah tangga merasa yakin bahwa minyak goreng tersebut aman dari bahaya dan terhindar

dari hal yang di larang oleh agama Islam karena sudah dijamin kehalannya, maka Ibu rumah tangga tersebut telah melaksanakan Anjuran dari Allah SWT untuk memakan makanan yang halal. Serta Citra Merek yang baik mampu menarik perhatian konsumen baik dari segi kualitas, kelebihan maupun manfaat yang akan diterima oleh konsumen ketika mengkonsumsi Minyak Goreng.