

BAB IV

PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Profil Toko Roti Varia Rasa

Toko varia rasa berdiri 1987 di Banjarmasin berdirinya toko varia rasa ini berawal dari pemilik yang mempunyai hobi membuat roti. Awalnya usaha ini hanya menjualkan roti tawarnya di depan rumah dan belum memiliki toko seperti sekarang ini. Saat ini toko roti varia rasa sudah dapat mengirimkan roti tawarnya ke berbagai daerah di Kalimantan Selatan contohnya seperti Banjarbaru, Martapura, Pelaihari dan lain-lain.

Toko varia rasa merupakan salah satu toko roti yang memiliki label halal sejak 1987 yang tentunya sertifikat halal tersebut resmi dari MUI. Hal ini merupakan nilai lebih dari toko varia rasa. Bahan-bahan baku yang digunakan oleh toko roti varia rasa pun tentunya menggunakan bahan yang berkualitas. Adapun dari segi harga toko varia rasa menawarkan mulai dari Rp. 11.500 sampai Rp. 12.000. harga bahan baku yang digunakan sangat mempengaruhi penetapan harga roti tawar tersebut.

2. Deskripsi Responden

Data responden dalam penelitian ini, merupakan sampel dari 100 konsumen toko Roti Varia Rasa. Sebelum memulai atau melakukan penelitian, terlebih dahulu akan mengenai data responden yang merupakan sampel yang

berjumlah 100 orang dengan kriteria konsumen yang pernah membeli roti tawar di toko Varia Rasa kota Banjarmasin minimal satu kali pembelian.

a. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki- laki	23	23%
Perempuan	77	77%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diartikan bahwa dari 100 sampel konsumen toko Varia Rasa yang paling mendominasi adalah perempuan sebanyak 77 orang dengan jumlah persentase 77%. Sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23 orang atau dengan jumlah persentase 23%.

b. Karakteristik responder berdasarkan umur

Tabel 4.2 Karakteristik responder berdasarkan umur

Usia	Jumlah Responden	Persentase
16 - 20	48	48%
21 - 25	43	43%
26 - 30	4	4%
31 - 36	1	1%
37 - 40	2	2%
41 - 45	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diartikan bahwa dari 100 sampel karakteristik responden berdasarkan usia yang mendominasi sekitar usia 16 – 20 tahun dengan jumlah responden 48 orang atau dengan jumlah persentase 48%.

c. Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal

No.	Domisili	F	Persentase (%)
1	Banjarmasin Barat	14	14%
2	Banjarmasin Selatan	25	25%
3	Banjarmasin Tengah	8	8%
4	Banjarmasin Timur	42	42%
5	Banjarmasin Utara	11	11%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal dari hasil tabel 4.3 di atas diketahui responden yang bertempat tinggal di Banjarmasin Timur berjumlah 42 orang dengan persentasi 42% disusul Banjarmasin Selatan berjumlah 25 orang atau 25%, selanjutnya Banjarmasin Barat 14 orang atau 14%, kemudian Banjarmasin Utara 11 orang atau 11% dan yang paling sedikit Banjarmasin Tengah 8 orang atau 8%.

d. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Buruh	1	1%
Gojek	1	1%
Ibu Rumah Tangga	1	1%
Mahasiswa	68	68%
Pegawai	4	4%
Pelajar	4	4%
Pengusaha	1	1%
Perawat gigi	1	1%
Pns	1	1%
Supir	3	3%
Wiraswasta	14	14%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden yang mendominasi adalah mahasiswa dengan jumlah 68 orang atau dengan persentase 68%.

- e. Karakteristik responden berdasarkan seberapa sering membeli di Toko Varia Rasa

Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan seberapa sering membeli di Toko Varia rasa

No	Seberapa sering	F	Persentase (%)
1	1 kali	24	24%
2	2 – 3 kali	35	35%
3	4 – 5 kali	17	17%
4	Lebih dari 5 kali	24	24%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan seberapa sering membeli di toko Varia Rasa dikelompokkan menjadi 4 kelompok yang di ambil dari 100 sampel konsumen toko Varia Rasa dan yang paling mendominasi yaitu 2 – 3 kali dengan jumlah responden 35 orang dengan persentase 35%.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

- a. Variabel Label Halal (X1)

Tabel 4.6 Responden mengetahui bahwa produk Varia Rasa memiliki Label Halal

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	53	53%
2	Setuju	32	32%
3	Netral	10	10%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	4	4%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 di atas diketahui bahwa diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 53 orang atau persentase 53% kemudian jawaban setuju dengan jumlah 32 atau persentase 32%, jawaban netral 10 orang atau persentase 10%, jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 4 orang atau persentase 4% dan jawaban tidak setuju 1 orang atau persentase 1%. Jadi dari hasil jawaban responden dominan sangat setuju yang menunjukkan bahwa produk Varia Rasa memiliki label halal.

Tabel 4.7 Responder selalu memperhatikan ada tidaknya Label Halal pada kemasan roti tawar

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	55	55 %
2	Setuju	26	26 %
3	Netral	10	10 %
4	Tidak setuju	3	3 %
5	Sangat tidak setuju	6	6 %
	Total	100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 di atas diketahui bahwa jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 55 orang atau persentase 55% kemudian jawaban setuju dengan jumlah 26 orang atau persentase 26%, jawaban netral 10 orang atau persentase 10%, jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 6 orang atau persentase 6% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau persentase 3%. Jadi dari hasil dominan sangat setuju dengan selalu mempertimbangkan ada tidaknya Label Halal pada kemasan roti tawar.

Tabel 4.8 Tanggapan responden dengan adanya Label Halal, responden yakin bahwa proses dan bahan yang digunakan tidak menimbulkan efek yang membahayakan

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	70	70%
2	Setuju	18	18%
3	Netral	8	8%
4	Tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	4	4%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 70 orang atau persentasen 70%, jawaban setuju 18 orang persentase 18%, jawaban netral 8 orang atau persentase 8%, jawaban sangat tidak setuju 4 orang atau persentase 4% dan jawaban tidak setuju 0 orang atau persentase 0%. Jadi dari hasil dominan sangat setuju dengan adanya label halal responen yakin bahwa proses dan bahan yang digunakan tidak menimbulkan efek yang membahayakan.

Tabel 4.9 Responden meyakini Label Halal yang tertera pada kemasan roti tawar sudah sesuai dengan yang dikeluarkan LPPOM-MUI

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	65	65 %
2	Setuju	23	23 %
3	Netral	8	8 %
4	Tidak setuju	0	0 %
5	Sangat tidak setuju	4	4 %
	Total	100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 65 orang atau persentase 65%, jawaban setuju 23 orang atau persentase 23%, jawaban netral 8 orang atau persentase 8%, jawaban sangat tidak setuju 4 orang atau persentase 4% dan jawaban tidak setuju 0 orang atau persentase 0%. Jadi dari hasil dominasi sangat setuju dengan label halal yang tertera sudah sesuai dengan yang dikeluarkan LPPOM-MUI.

Tabel 4.10 Label Halal menjadi pertimbangan responden dalam membeli produk roti tawar

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	65	65%
2	Setuju	21	21%
3	Netral	8	8%
4	Tidak setuju	0	0
5	Sangat tidak setuju	6	6%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 65 orang atau persentase 65%, jawaban setuju dengan jumlah 21 orang atau persentase 21%, jawaban netral dengan jumlah 8 orang atau persentase 8%, jawaban sangat tidak setuju dengan persentase 6 orang atau persentase 6%. Jadi dari hasil jawaban dominan sangat setuju dengan adanya label halal menjadi pertimbangan responden dalam membeli produk roti tawar.

b. Variabel Harga (X2)

Tabel 4.11 Harga produk Varia Rasa yang terjangkau

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	47	47%
2	Setuju	34	34%
3	Netral	14	14%
4	Tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	3	3%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 47 orang atau persentase 47%, jawaban setuju dengan jumlah 34 orang atau persentase 34%, jawaban netral dengan jumlah 14 orang atau persentase 14%, jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau persentase 3%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 orang atau persentase 2%. Jadi dari hasil jawaban dominan sangat setuju dengan harga produk Varia Rasa yang terjangkau.

Tabel 4.12 Harga roti tawar pada varia rasa sesuai dengan kualitas roti tawar yang didapat

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	46	46%
2	Setuju	37	37%
3	Netral	13	13%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	3	3%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 46 orang atau persentase 46%,

jawaban setuju dengan jumlah 37 orang atau persentase 37%, jawaban netral dengan jumlah 13 orang atau persentase 13%, jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau 3% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau persentase 1%. Jadi dari hasil dominan sangat setuju yang menunjukkan bahwa harga roti tawar yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapat.

Tabel 4.13 Harga roti tawar di Varia Rasa sesuai dengan manfaat yang didapat

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	43	43%
2	Setuju	41	41%
3	Netral	12	12%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	3	3%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 43 orang atau persentase 43%, jawaban setuju dengan jumlah 41 orang atau persentase 41%, jawaban netral dengan jumlah 12 orang atau persentase 12%, jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau persentase 3% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau persentase 1%. Jadi dari hasil dominan sangat setuju yang menunjukkan bahwa harga roti tawar sesuai dengan manfaat yang didapat.

Tabel 4.14 Harga roti tawar di Varia Rasa dapat bersaing dengan produk lain.

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	52	52%
2	Setuju	26	26%
3	Netral	18	18%
4	Tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	4	4%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 52 orang atau persentase 52%, jawaban setuju dengan jumlah 26 orang atau persentase 26%, jawaban netral dengan jumlah 18 orang atau persentase 18%, jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 4 orang atau persentase 4% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 0 orang persentase 0%. Jadi dari hasil dominan sangat setuju yang menunjukkan bahwa harga roti tawar di Varia Rasa dapat bersaing dengan produk lain.

c. Variabel Kualitas Produk (X3)

Tabel 4.15 Responden membeli produk Varia Rasa karena rasanya yang enak dibanding dengan toko lain

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	36	36%
2	Setuju	36	36%
3	Netral	22	22%
4	Tidak setuju	3	3%
5	Sangat tidak setuju	3	3%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 36 orang atau persentase 36%,

jawaban setuju dengan jumlah 36 orang atau persentase 36%, jawaban netral dengan jumlah 22 orang atau persentase 22%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau persentase 3% dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau persentase 3%. Jadi dari hasil dominan sangat setuju yang menunjukkan responden membeli produk Varia Rasa karena rasanya yang enak.

Tabel 4.16 Responden memilih membeli roti tawar di Varia Rasa karena porsi yang cukup

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	44	44%
2	Setuju	36	36%
3	Netral	15	15%
4	Tidak setuju	3	3%
5	Sangat tidak setuju	2	2%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.16 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 44 orang atau persentase 44%, jawaban setuju dengan jumlah 36 orang atau persentase 36%, jawaban netral dengan jumlah 15 orang atau persentase 15%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau persentase 3% dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 2 orang atau 2%. Jadi dari hasil dominan sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden memilih membeli roti tawar di varian rasa karena porsi yang cukup.

Tabel 4.17 Responden memilih membeli roti tawar di Varia Rasa karena pilihan roti yang beragam

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	49	49%
2	Setuju	34	34%
3	Netral	13	13%
4	Tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	2	2%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 49 orang atau persentase 49%, jawaban setuju dengan jumlah 34 orang atau persentase 34%, jawaban netral dengan jumlah 13 orang atau persentase 13%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 orang atau persentase 2% dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 2 orang atau 2%. Jadi dari hasil dominan sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden memilih membeli roti tawar di varian rasa karena pilihan yang beragam.

Tabel 4.18 Responden memilih membeli roti tawar di Varia Rasa karena jenis dan daya tahan roti yang ditawarkan cukup baik

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	44	44%
2	Setuju	35	35%
3	Netral	16	16%
4	Tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	3	3%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.18 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 44 orang atau persentase 44%, jawaban setuju dengan jumlah 35 orang atau persentase 35%, jawaban

netral dengan jumlah 16 orang atau persentase 16%, jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau persentase 3% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 orang atau 2%. Jadi jawaban yang mendominasi adalah sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden memilih membeli roti tawar di Varia rasa karena jenis dan daya tahan roti yang ditawarkan cukup baik.

d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.19 Tanggapan responden dalam memutuskan membeli roti tawar pada toko Varia Rasa karena rekomendasi dari rekan saya

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	40	40%
2	Setuju	32	32%
3	Netral	17	17%
4	Tidak setuju	6	6%
5	Sangat tidak setuju	5	5%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.19 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 40 orang atau persentase 40%, jawaban setuju dengan jumlah 32 orang atau persentase 32%, jawaban netral dengan jumlah 17 orang atau persentase 17%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 6 orang atau persentase 6% dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 5 orang atau 5%. Jadi jawaban yang mendominasi adalah sangat setuju yang menunjukkan bahwa tanggapan responden dalam memutuskan membeli roti tawar pada toko Varia Rasa karena rekomendasi dari rekan.

Tabel 4.20 Responden memutuskan untuk membeli produk roti tawar di Varia Rasa karena sudah memiliki label halal

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	55	55%
2	Setuju	29	29%
3	Netral	11	11%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	4	4%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.20 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 55 orang atau persentase 55%, jawaban setuju dengan jumlah 29 orang atau persentase 29%, jawaban netral dengan jumlah 11 orang atau persentase 11%, jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 4 orang atau persentase 4% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau persentase 1%. Jadi jawaban yang mendominasi adalah sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden memutuskan untuk membeli produk roti tawar di Varia Rasa karena sudah memiliki label halal.

Tabel 4.21 Responden memutuskan membeli roti tawar di Varia Rasa karena kualitas produk yang terjamin

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	53	53%
2	Setuju	32	32%
3	Netral	11	11%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	3	3%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.21 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 53 orang atau persentase 53%,

jawaban setuju dengan jumlah 32 orang atau persentase 32%, jawaban netral dengan jumlah 11 orang atau persentase 11%, jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau persentase 3% dan jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau persentase 1%. Jadi jawaban yang mendominasi adalah sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden memutuskan membeli roti tawar di Varia Rasa karena kualitas produk yang terjamin.

Tabel 4.22 Responden berniat akan melakukan pembelian ulang dikemudian hari

No	Pilihan jawaban	F	Persentase (%)
1	Sangat setuju	53	53%
2	Setuju	28	28%
3	Netral	13	13%
4	Tidak setuju	3	3%
5	Sangat tidak setuju	3	3%
Total		100	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.22 di atas jawaban yang paling tinggi adalah sangat setuju dengan jumlah 53 orang atau persentase 53%, jawaban setuju dengan jumlah 28 orang atau persentase 28%, jawaban netral dengan jumlah 13 orang atau persentase 13%, jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau persentase 3% dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 orang atau 3%. Jadi dari hasil dominan sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden berniat akan melakukan pembelian ulang dikemudian hari.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2 = 100-2 = 98$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0.05$ sehingga nilai r tabel yaitu 0,196. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Berikut merupakan hasil uji validitas menggunakan alat ukur SPSS 22:

Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai Rhitung	Nilai Rtabel	Keterangan
Label Halal (X1)	X1.1	0,880	0,196	Valid
	X1.2	0,853	0,196	Valid
	X1.3	0,869	0,196	Valid
	X1.4	0,846	0,196	Valid
	X1.5	0,884	0,196	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,895	0,196	Valid
	X2.2	0,913	0,196	Valid
	X2.3	0,942	0,196	Valid
	X2.4	0,855	0,196	Valid
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0,881	0,196	Valid
	X3.2	0,940	0,196	Valid
	X3.3	0,907	0,196	Valid
	X3.4	0,930	0,196	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,873	0,196	Valid
	Y.2	0,894	0,196	Valid
	Y.3	0,911	0,196	Valid
	Y.4	0,911	0,196	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan uji validitas pada Tabel 4.23 menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel X1 ini valid yang diukur dari nilai R-hitung lebih besar dari nilai R-tabel (0,196). Sedangkan semua indikator pada variabel X2 ini valid yang diukur dari nilai R-hitung lebih besar dari nilai R-tabel (0,196) dan semua indikator pada variabel X3 ini valid yang diukur dari nilai R-hitung lebih besar dari nilai R-tabel (0,196).

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui ketetapan nilai angket, yang mana instrument penelitian reliabilitas ini bila diujikan dalam kelompok yang sama, walaupun waktu pengujiannya berbeda, namun akan tetap menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil. Reliabilitas adalah hasil penelitian dimana terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2016:168).

Kuisisioner dapat dikatakan mencapai tiga aspek tersebut apabila koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,60. Teknik yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan *Alpha Cronbach*. Teknik ini digunakan karena instrument yang digunakan yaitu dengan kuisisioner yang skalanya memiliki rentang nilai dari 5 sampai 1. Berikut hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel:

Tabel 4.24 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
Label Halal (X1)	0,915	0,60	Reliable
Harga (X2)	0,921	0,60	Reliable
Kualitas Produk (X3)	0,934	0,60	Reliable
Keputusan Pembelian (Y)	0,916	0,60	Reliable

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji Reliabilitas diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan semua variabel dalam penelitian dikatakan sudah reliable.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu bentuk pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, dapat dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikansi pada uji *Kolmogorov Smirnov* $> 0,05$ maka dikatakan data berdistribusi normal dan jika nilai signifikan pada uji *Kolmogorov Smirnov* $< 0,05$ maka dikatakan data berdistribusi tidak normal. Berikut hasil uji *Kolmogorov Smirnov* masing-masing variabel menggunakan SPSS 22.

Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas

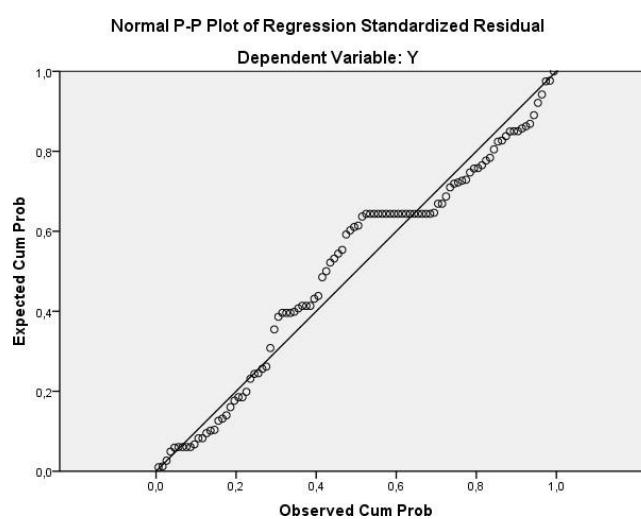
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,54031209
Most Extreme Differences	Absolute	,129
	Positive	,068
	Negative	-,129
Kolmogorov-Smirnov Z		1,289
Asymp. Sig. (2-tailed)		,072

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan uji *Kolmogorov Smirnov* pada tabel 4.25 diperoleh bahwa nilai Signifikansi variabel Y (0,072) lebih besar $> \alpha$ (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Gambar 4.1. Gambar Normal *Probability plot*

Sumber : Hasil Output SPSS 22

Dari gambar 4.1 di atas dapat dilihat bahwa grafik *normal probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena ini dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki korelasi antar variabel independen lain dalam satu model. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mendeteksi uji ini dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

- 1) Uji nilai korelasi antar variabel independen, jika nilai korelasi $< 0,10$ maka ada multikolonieritas
- 2) Uji nilai VIF, jika masing-masing variabel independen mempunyai nilai centered VIF > 10 maka ada multikolonieritas.

Tabel 4.26 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
Label Halal	0,282	3,551
Harga	0,204	4,898
Kualitas Produk	0,222	4,504

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 4.27 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,282	3,551
	X2	,204	4,898
	X3	,222	4,504

a. Dependent Variable: Y

Sumber : SPSS 22

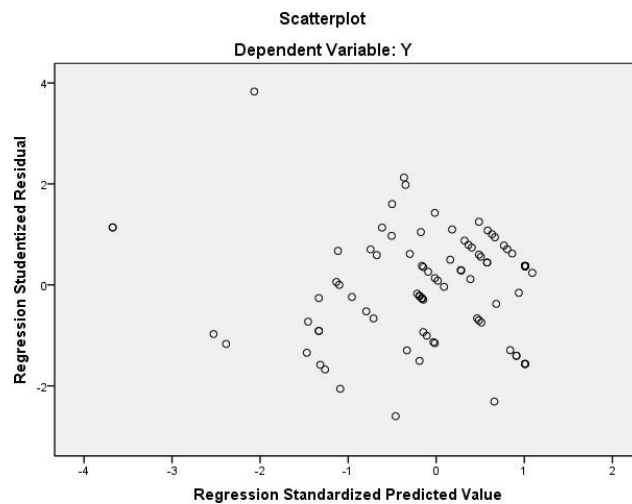
Berdasarkan tabel 4.26 di atas dapat dilihat bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinearitas. Hal ini tampak pada nilai *tolerance* variabel Label halal sebesar 0,282, harga sebesar 0,204, dan Kualitas Produk sebesar 0,222 jadi masing-masing variabel lebih besar dari 10 persen (0,1). Hasil perhitungan VIF nilai label halal sebesar 3,551, harga sebesar 4,898 dan kualitas produk sebesar 4,504 menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians antara residual satu dengan pengamatan lainnya. (Ghazali, 2013 hlm 134). Untuk mendeteksi adanya gejala heterokedastisitas penulis menggunakan pola gambar *scatterplot*. Aturan deteksi heterokedastisitas pada pola gambar *scatterplot*, yaitu jika titik-titik yang menyebar secara acak serta

tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.2 Hasil Gambar Scatterplot



Sumber: SPSS 22

Pada gambar 4.2 dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik *scatterplot* tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas dan titik-titik tersebut menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Kemudian uji heteroskedastisitas dapat juga dilihat menggunakan uji gletsjer pada tabel berikut.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilihat dari nilai *Durbin Watson*. Kriteria pengambilan keputusan dengan DW test yaitu :

1) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).

- 2) Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan +2
atau $-2 < DW < +2$.
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika DW di atas +2 atau $DW > +2$.

Tabel 4.28 Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2,106

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 4.28 diperoleh nilai durbin-watson stat (dw) yaitu sebesar $2,106 > dU (1,7364)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model tidak mengandung autokorelasi.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini terdapat empat variabel, dimana tiga variabel adalah variabel bebas (*independent variable*) yaitu Label halal (X1), Harga (X2), dan Kualitas produk (X3) serta variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Keputusan pembelian (Y). analisis regresi linier ini bertujuan agar dapat memecahkan masalah hubungan dari variabel *independent* dan variabel *dependet*. . Dengan demikian formulasi regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Tabel 4.29 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4,366	0,832
Label Halal	-0,071	0,067
Harga	0,252	0,101
Kualitas Produk	0,585	0,096

Sumber: Data diolah, 2021

Dari analisis hasil regresi dalam penelitian ini menggunakan standar koefisien. Maka persamaan linier dari hasil regresi yang terdapat dalam tabel adalah sebagai berikut :

$$Y = 4,366 - 0,071 X_1 + 0,252 X_2 + 0,589 X_3 + e$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas, diperoleh nilai konstanta sebesar 4,366. Hal tersebut berarti, apabila kondisi variabel label halal (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_3) dianggap konstan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 4,366.
- b. Nilai koefisien regresi pada label halal (X_1) = -0,071 yang artinya variabel label halal kurang dari 1 persen, maka akan mengalami -0,071, asumsi variabel lain tetap. Koefisien variabel label halal bernilai negatif maka, label halal berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Apabila label halal naik 1 persen maka, keputusan pembelian akan berkurang sebesar -0,071.
- c. Nilai koefisien regresi pada harga (X_2) = 0,252 yang artinya variabel harga berubah 1 persen maka, keputusan pembelian akan mengalami perubahan sebesar 0,252 persen, asumsi variabel lain tetap. Koefisien harga bernilai positif maka, harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Apabila harga meningkat 1 persen maka, keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,252.
- d. Nilai koefisien regresi pada kualitas produk (X_3) = 0,585 yang artinya variabel kualitas produk berubah 1 persen maka sebesar 0,585 persen,

asumsi variabel lain tetap. Koefisien kualitas produk bernilai positif maka, kualitas harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Apabila kualitas produk meningkat 1 persen maka, keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,585.

7. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel independen akan diikuti oleh variabel dependen pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R Square (R^2). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Selanjutnya nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai adjusted R Square karena nilai ini dapat naik atau turun apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model yang diuji. Nilai R Square dapat dilihat pada tabel 4.30 berikut ini:

Tabel 4.30 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,858	0,736	0,728

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.30 dapat dilihat bahwa nilai adjusted R Square adalah sebesar 0,728 atau 72,8%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen label halal (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_3) dapat menjelaskan variabel

keputusan pembelian (Y) sebesar 72,8%, sedangkan sisanya sebesar 27,2% diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

8. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t pada penelitian ini bertujuan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel independen variabel label halal (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_3) dengan variabel dependen keputusan pembelian (Y). Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat ditabel 4.31 berikut ini dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika tingkat signifikansi $\leq 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- 2) Jika tingkat signifikansi $\geq 5\%$, H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 4.31 Hasil Uji T

Variabel	T	Sig
1 (Constant)	5,246	0,000
Label Halal	-1,048	0,297
Harga	2,486	0,015
Kualitas Produk	6,130	0,000

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji t hitung variabel harga, iklan, kualitas produk, dan citra merek sebesar 1,986 diperoleh dari perhitungan berikut ini :

$$T \text{ tabel} = (a/2 ; n-k-1)$$

$$T \text{ tabel} = (0,05/2 ; 100-3-1)$$

T tabel = (0,025 ; 96)

T tabel = 1,984 (dilihat pada t tabel)

Keterangan :

a = Alpha dari 0,05

n = banyaknya jumlah observasi dalam kurun waktu data

k = banyaknya variabel

Dari tabel data di atas maka didapatkan hasil analisis sebagai berikut :

1) Pengujian Hipotesis Label Halal

H₀: Secara parsial Label Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti tawar pada toko Varia Rasa di Kota Banjarmasin

H₁ : Secara parsial Label Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti tawar pada toko Varia Rasa di Kota Banjarmasin.

Pada variabel label halal (X_1) dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Nilai signifikansi sebesar $0,297 > 0,05$ dan nilai t hitung $< t$ tabel yaitu label halal $-1,048 < 1,984$. Sehingga secara parsial dapat diketahui bahwa variabel label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) Pengujian Hipotesis Harga

H_0 : Secara parsial Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti tawar pada toko Varia Rasa di Kota Banjarmasin

H_1 : Secara parsial Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti tawar pada toko Varia Rasa di Kota Banjarmasin

Pada variabel harga (X_2) dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ dengan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu harga $2,486 > 1,984$. Sehingga secara parsial dapat diketahui bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3) Pengujian hipoteses Kualitas produk

H_0 : Secara parsial Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti tawar pada toko Varia Rasa di Kota Banjarmasin

H_1 : Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti tawar pada toko Varia Rasa di Kota Banjarmasin

Pada variabel kualitas produk (X_3) dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu kualitas produk $6,130 > 1,984$.

Sehingga secara parsial dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Uji F

Uji F pada penelitian ini merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah variabel label halal (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (H_3) benar-benar berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y). Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) H_0 ditolak dan H_1 diterima, jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dinyatakan berpengaruh secara signifikan
- 2) H_0 diterima dan H_1 ditolak, jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan

Tabel 4. 32 Hasil Uji F

Variabel	F	Sig
Regression	89,267	0,000
Residual		
Total		

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji F diatas diketahui bahwa nilai F hitung variabel harga, iklan, kualitas produk, dan citra merek sebesar 2,70 diperoleh dari perhitungan berikut ini :

$$F \text{ tabel} = (k ; n-k)$$

$$F \text{ tabel} = (3 ; 100-3)$$

$$F \text{ tabel} = (3 ; 97)$$

F tabel = 2,70 (dilihat pada F tabel)

Keterangan :

k = jumlah variabel X

n = jumlah responden

Dari hasil uji ANOVA atau uji secara simultan (F) dihasilkan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang berarti nilai probabilitas $< 0,05$ dan nilai f-hitung $> f$ -tabel yaitu $89,267 > 2,70$, yang menunjukkan hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel label halal, harga dan kualitas produk, berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas tentang “Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Tawar Pada Toko Roti Varia Rasa Di Kota Banjarmasin” di peroleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Label Halal (X_1) memiliki nilai probabilitas signifikan sebesar $0,297 > 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $-1,048$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya secara parsial Label Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hal ini membuktikan bahwa konsumen tetap membeli roti tawar pada Toko Varia Rasa walaupun tidak tertera label halal. Hal ini bertolak belakang

dengan teori yang ada dimana Label halal seharusnya menjadi kebutuhan utama dalam keputusan pembelian suatu produk makanan olahan. Sebagaimana Perintah Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 168 yang artinya “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 nyata bagimu”. Ayat tersebut memerintahkan kepada umat Islam untuk mengonsumsi makanan yang dijamin kehalalan dan kesuciannya.

Berdasarkan hasil tanggapan responden pada kuesioner, diketahui bahwa responden membeli produk roti tawar pada varia rasa disebabkan keyakinan akan bahan yang digunakan dalam pembuatan roti merupakan bahan terbaik dan varia rasa juga diyakini sudah mendapatkan label halal mengingat lamanya roti variasi dijual. Tidak adanya pencantuman label halal pada kemasan produk roti tawar varia rasa maka tidak langsung akan memberikan pengaruh kepada konsumen untuk tidak membeli atau mengonsumsi produk tersebut.

Pencantuman labelisasi halal dinilai tepat untuk memberikan rasa nyaman dan aman bagi konsumen muslim karena memiliki jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung sesuatu yang haram dan diproduksi dengan cara yang halal dan beretika. Sedangkan bagi konsumen non muslim juga dapat memberikan rasa aman karena produk makanan ringan yang berlabel halal tidak hanya terbebas dari bahan-bahan yang haram saja akan tetapi juga terbebas dari zat-zat yang dapat membahayakan tubuh.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fahmul Iltiham, Muhammad Nizar (2020) bahwa Label Halal tidak

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Oktaviani (201), juga menunjukkan bahwa variabel label halal secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga H_a ditolak dan H_0 diterima. Penelitian berbeda ditunjukkan oleh Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusuf Andriansyah, Rois Arifin, Afi Rachmat S(2017) menyatakan bahwa label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X_2) memiliki nilai probabilitas signifikan sebesar $0,015 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 2,486 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli (Stanton, dalam Tjiptono 2008:152).

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa harga produk Varia Rasa terjangkau sehingga Semua kalangan masyarakat mampu membelinya, selain itu harga roti tawar pada varia rasa sesuai dengan kualitas roti tawar yang didapat karena itu masyarakat tetap membeli roti. Harga roti tawar di Varia Rasa sesuai dengan manfaat yang didapat seperti roti tawar untuk sarapan pagi, untuk membuat roti bakar dan hidangan makanan lain. Harga roti tawar di Varia Rasa dapat bersaing dengan produk lain disebabkan selain took roti Varia Rasa,

disekitar toko juga terdapat toko roti lain serta roti tawar yang banyak dijual di mini market namun harga dari roti tawar yang dijual toko Varia Rasa dianggap lebih murah.

Perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing untuk pedoman dalam menentukan harga jual produknya. Murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relative sifatnya. Untuk mengatakannya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual diperusahaan lainnya. Perusahaan perlu mengawasi harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Pentingnya penetapan harga bagi perusahaan hendaknya mempertimbangkan beberapa hal secara matang di setiap keputusan dalam masalah harga. Perusahaan mendapatkan harga paling tepat dalam artian yang dapat memberikan keuntungan yang paling baik dalam jangka panjang ataupun jangka pendek. Jika perusahaan menetapkan harga salah hal ini dapat menimbulkan kesulitan dalam perusahaan tersebut dan dapat menyebabkan kegagalan dalam perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fahmul Iltiham, Muhammad Nizar (2020) bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Eka Dewi Tarigan (2016) membuktikan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

3. Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_3) memiliki nilai probabilitas signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar 6,130 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya secara parsial Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden membeli produk Varia Rasa karena rasanya yang enak dibanding dengan toko lain. Hal ini menunjukkan bahwa toko Varia Rasa memiliki rasa roti yang jauh diminati oleh konsumen. Selain itu, responden memilih membeli roti tawar di Varia Rasa karena porsi yang cukup. Tekstur roti yang dimiliki Varia Rasa tidak terlalu tebal, tidak terlalu tipis serta menggunakan bahan gandum dan terigu dengan kualitas terbaik. Responden memilih membeli roti tawar di Varia Rasa karena pilihan roti yang beragam. Hal ini diketahui bahwa toko roti Varia Rasa menjual banyak berbagai roti dengan varian rasa yang banyak dan sangat diminati masyarakat. Daya tahan roti yang ditawarkan cukup baik, walau hanya dalam batas 3 hari, hal tersebut menunjukkan bahwa roti tawar dari toko Varia Rasa tidak banyak mengandung banyak pengawet.

Kualitas produk sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas produk merupakan kualitas kinerja, yaitu kemampuan produk dalam melakukan fungsinya. Selain itu, kualitas yang tinggi juga dapat berarti konsistensi tingkat kualitas yang tinggi. Dalam konsisten yang

tinggi tersebut kualitas produk berarti kualitas kesesuaian yaitu bebas dari kecatatan dan kesonsistenan dalam memberikan tingkat kualitas yang akan dicapai atau dijanjikan, jadi dalam prakteknya semua perusahaan harus berusaha keras memberikan tingkat kualitas kesesuaian yang tinggi.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putu Sundari Aprelia Dewi, Ni Wayan Sri Suprapti bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Iqbal Esa (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Label Halal, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai F hitung sebesar $89,267 > F\text{-tabel } 2,70$ dan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_1 diterima yang berarti Secara simultan Label Halal, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti tawar.

Keputusan pembelian adalah salah satu proses membeli yang mana konsumen akan memilih merek yang paling disukai melalui proses yang pertama yaitu dengan mencari tahu kebutuhan yang kedua dilanjutkan dengan mencari informasi tentang produk yang akan dibeli (Kotler & Armstrong, 2008).

Hasil Tanggapan responden berdasarkan kuesioner penelitian menunjukkan bahwa dalam memutuskan membeli roti tawar pada toko Varia Rasa

karena mendapat rekomendasi dari orang lain. Hal ini menunjukkan adanya unsur kepuasan orang lain dalam mengkonsumsi roti tawar dari toko Varia Rasa sehingga turut merekomendasikan orang lain untuk membeli roti di toko Varia Rasa. Responden memutuskan untuk membeli produk roti tawar di Varia Rasa karena sudah memiliki label halal. Hal ini menambah kepercayaan dan keyakinan masyarakat baik muslim ataupun nonmuslim bahwa komposisi yang terdapat dalam roti tawar bagus dan sudah teruji bebas dari bahan yang haram dan najis sehingga mampu meyakinkan konsumen bahwa kualitas produk yang terjamin.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusuf Andriansyah, Rois Arifin, Afi Rachmat S(2017) menyatakan bahwa label halal, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Eka Dewi Tarigan (2016) membuktikan bahwa label halal, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Didukung lagi oleh penelitian Iqbal Esa (2020) menunjukkan bahwa label halal, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.