

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum PT. Bandangantirta Agung

Produk PROE atau yang biasa dikenal masyarakat dengan sebutan PROF merupakan produk yang diproduksi oleh PT. Bandangantirta Agung. Awal berdirinya perusahaan ini berada di wilayah Kabupaten Banjar, Jalan P.M. Noor Desa Padang Panjang-Mandiingin, Kalimantan Selatan pada 19 Maret 1991. Dalam perjalanannya, perusahaan ini mengalami peningkatan permintaan produk yang cukup signifikan di pasaran. Hingga akhirnya pada tahun 2006 didirikan pabrik cabang di wilayah Kabupaten Tanah Laut, yang beralamat di Jalan Raya Bentok Kampung Rt. 05 Desa Bentok, Kecamatan Bati-Bati.

Perusahaan yang dipimpin Agung Chendrawan Sugianto dan Adroeni selaku direktur dan wakil direktur PT. Bandangantirta Agung ini membranding produknya dengan mengangkat kekayaan budaya lokal Kalimantan Selatan. Kata “PROE” yang mudah dilafalkan masyarakat Banjar dipilih sebagai merek andalan. Desain kemasannya pun menonjolkan Sasirangan, yang merupakan corak batik khas Kalimantan yang dimaknai sebagai bentuk wujud cinta terhadap budaya daerah.

Gambar 4.1 Logo Produk PROE



Sumber : PT. Bandangantirta Agung

Selain memproduksi produk PROE, perusahaan ini juga memproduksi brand kedua yaitu merek Galuh. Dinamakan Galuh karena merujuk segmen pasar yang berada di Martapura dan sekitarnya, serta dari nilai historis pabrik pertama PROE di Kabupaten Banjar. Kedua merek produk ini memiliki kualitas yang sama, namun terdapat perbedaan dalam biaya produksi karena jenis kemasan yang digunakan antar kedua merek ini berbeda.

Perusahaan ini memproduksi produk dengan berbagai macam bentuk kemasan. Merek PROE memiliki beberapa bentuk kemasan, diantaranya kemasan *cup* 210 ml, botol 330 ml, botol 600 ml, botol 1500 ml, dan galon 19 liter. Adapun merek Galuh hanya memproduksi produk dengan kemasan *cup* 210 ml.

Gambar 4.2 Produk PT. Bandangantirta Agung



Sumber : PT. Bandangantirta Agung

2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Pelaihari merupakan ibu kota Kabupaten Tanah Laut dengan luas wilayah 378,95 Km² yang terletak pada 114,6420- 114,872⁰ Bujur Timur dan 3,640620- 3,99204⁰ Lintang Selatan dengan tinggi 25 meter di atas permukaan laut. Kecamatan Pelaihari terdiri dari 5 Kelurahan dan 15 Desa, diantaranya Kelurahan Angsau, Kelurahan Pelaihari, Kelurahan Sarang Halang, Kelurahan Karang Taruna, Kelurahan Pabahanan, Desa sungai Riam, Desa Kampung Baru, Desa Sumber Mulia, Desa Tampang, Desa Bumi Jaya, Desa Atu-Atu, Desa Telaga, Desa Guntung Besar, Desa Panjaratan, Desa Tungkaran, Desa Panggung, Desa Ambungan, Desa Panggung Baru, Desa Ujung Batu, dan Desa Pemuda.

Kecamatan Pelaihari berada di tepi sungai Tabanio yang berjarak 65 Km di sebelah Selatan Kota Banjarmasin. Kecamatan Pelaihari berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Tambang Ulang
- b. Sebelah Timur : Kecamatan Bajuin dan Batu Ampar
- c. Sebelah Barat : Kecamatan Takisung
- d. Sebelah Selatan : Kecamatan Panyipatan

Berdasarkan hasil sensus, jumlah penduduk di Kecamatan Pelaihari sebanyak 77.246 jiwa dan 16,57 persen diantaranya berada di Kelurahan Angsau serta 68% didominasi oleh kelompok umur rentang 15 hingga 64 tahun (BPS Tanah Laut, 2021).

3. Karakteristik Responden

a. Identitas Responden

1) Identitas responden berdasarkan usia

Berikut hasil jawaban responden:

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 – 25 Tahun	74	77,1%
2	26 – 45 Tahun	18	18,8%
3	46 – 65 Tahun	3	3,1%
4	Lebih dari 65 Tahun	1	1%
Total		96	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Usia merupakan salah satu faktor penting terbentuknya keputusan pembelian, dalam penelitian ini usia konsumen diklasifikasikan menjadi 4 kelompok. Diantaranya remaja akhir dengan rentang 17 hingga 25 tahun, dewasa rentang 26 hingga 45 tahun, lansia rentang 45 hingga 65 tahun, serta masa manula lebih dari 65 tahun.

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menyatakan bahwa responden berusia 17 – 25 Tahun sebanyak 77,1% atau 74 orang, responden berusia 26 – 45 Tahun sebanyak 18,8% atau 18 orang, responden berusia 46 – 65 Tahun sebanyak 3,1% atau 3 orang, responden berusia 26 – 45 Tahun sebanyak 1% atau 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen produk PROE yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data berada pada usia remaja akhir direntang usia 15 hingga 25 tahun.

2) Identitas responden berdasarkan domisili

Berikut hasil jawaban responden:

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan domisili

No.	Domisili	Frekuensi	Persentase
1	Sungai Riam	2	2,1%
2	Kampung Baru	2	2,1%
3	Sumber Mulia	1	1%
4	Tampang	1	1%
5	Sarang Halang	8	8,4%
6	Bumi Jaya	1	1%
7	Atu-atu	2	2,1%
8	Angsau	27	28,1%
9	Pelaihari	42	43,8%
10	Karang taruna	2	2,1%
11	Telaga	2	2,1%
12	Guntung Besar	0	0%
13	Panjaratan	0	0%
14	Tungkaran	1	1%
15	Panggung	4	4,2%
16	Pabahanan	0	0%
17	Ambungan	1	1%
18	Panggung baru	0	0%
19	Ujung batu	0	0%
20	Pemuda	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Pada penelitian ini, data yang digunakan merupakan responden yang berada di Kecamatan Pelaihari. Adapun Kecamatan Pelaihari terdiri dari lima kelurahan dan lima belas desa. Berdasarkan tabel 4.2 di atas menyatakan bahwa responden berdomisili di Desa Sungai Riam sebanyak 2,1% atau 2 orang, responden berdomisili di Desa Kampung baru sebanyak 2,1% atau 2 orang, responden berdomisili di Desa Sumber Mulia sebanyak 1% atau 1 orang, responden berdomisili di Desa Tampang sebanyak 1% atau 1 orang, responden berdomisili di Kelurahan

Sarang Halang sebanyak 8,4% atau 8 orang, responden berdomisli di Desa Bumi Jaya sebanyak 1% atau 1 orang, responden berdomisli di Desa Atu-Atu sebanyak 2,1% atau 2 orang, responden berdomisli di Kelurahan Angsau sebanyak 28,1% atau 27 orang, responden berdomisli di Kelurahan Pelaihari sebanyak 43,8% atau 42 orang, responden berdomisli di Kelurahan Karang Taruna sebanyak 2,1% atau 2 orang, responden berdomisli di Desa Telaga sebanyak 2,1% atau 2 orang, responden berdomisli di Desa Tungkaran sebanyak 1% atau 1 orang, responden berdomisli di Desa Panggung sebanyak 4,2% atau 4 orang, serta responden berdomisli di Desa Ambungan sebanyak 1% atau 1 orang. Adapun dalam sebaran data ini, peneliti tidak menemukan responden yang berdomisli Kelurahan Pabahanan, Desa Guntung Besar, Desa Panjaratan, Desa Panggung Baru, Desa Ujung Batu dan Desa Pemuda. Dari data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen produk PROE yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data berada di Kelurahan Pelaihari.

3) Identitas responden berdasarkan pekerjaan

Berikut hasil jawaban responden:

Tabel 4.3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No.	Jenis pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar / Mahasiswa	62	64,6%
2	Wirausaha	4	4,2%
3	Swasta	7	7,3%
4	Pegawai Negeri Sipil	3	3,1%
5	Ibu Rumah Tangga	7	7,3%
6	Lainnya	13	13,5%
Total		96	100%

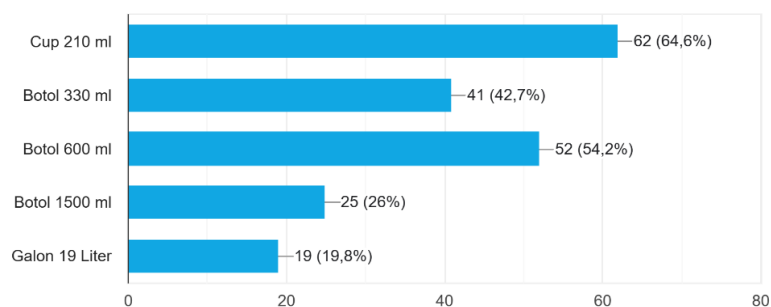
Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Pada penelitian ini pekerjaan responden diklasifikasikan menjadi 6 jenis, diantaranya Pelajar/Mahasiswa, Wirausaha, Swasta, Pegawai Negeri Sipil, Ibu Rumah Tangga dan pekerjaan Lainnya (Seperti Fotografer, Desainer, dan lainnya). Berdasarkan tabel 4.3 di atas menyatakan bahwa responden yang masih berstatus pelajar atau mahasiswa sebanyak 64,6% atau 62 orang, Responden yang bekerja sebagai wirausaha sebanyak 4,2% atau 4 orang, Responden yang bekerja swasta sebanyak 7,3% atau 7 orang, Responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 3,1% atau 3 orang, Responden yang berstatus sebagai ibu rumah tangga sebanyak 7,3% atau 7 orang, dan responden yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 13,5% atau 13 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen produk PROE yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data merupakan masyarakat Kecamatan Pelaihari yang bersatus pelajar dan mahasiswa.

4) Jenis kemasan air mineral merek PROE yang pernah dibeli atau dikonsumsi

Berikut hasil jawaban responden:

Gambar 4.3
Jenis kemasan air mineral merek PROE yang pernah dibeli / dikonsumsi



Sumber: Hasil penelitian 2023

Berdasarkan diagram di atas menyatakan bahwa responden yang membeli dan mengonsumsi jenis kemasan cup 210 ml sebanyak 64,6% atau 62 orang, responden yang membeli dan mengonsumsi jenis kemasan botol 330 ml sebanyak 42,7% atau 41 orang, responden yang membeli dan mengonsumsi jenis kemasan botol 600 ml sebanyak 54,2% atau 52 orang, responden yang membeli dan mengonsumsi jenis kemasan botol 1500 ml sebanyak 26% atau 25 orang, dan responden yang membeli dan mengonsumsi jenis kemasan Galon 19 ltr sebanyak 19,8% atau 19 orang. Berdasarkan data yang ditemui penulis dalam proses pengumpulannya ini menunjukkan bahwa mayoritas jenis kemasan produk PROE yang dikonsumsi konsumen merupakan produk dengan kemasan cup 210 ml.

b. Deskripsi Variabel

1) Variabel Label Halal (X1)

Dalam mengukur pengaruh variabel label halal produk PROE pada masyarakat di Kecamatan Pelaihari, digunakan empat indikator diantaranya dimensi gambar, dimensi tulisan, dimensi kombinasi gambar dan tulisan, dan dimensi menempel pada kemasan. Adapun data disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.4

Jawaban responden tentang “Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar tersebut sebelum membeli suatu produk”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	2	2,1%
3	Netral	16	16,6%
4	Setuju	31	32,3%
5	Sangat Setuju	47	49%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 47 orang atau 49%. Kemudian disusul jawaban setuju sebesar 32,3% dengan 31 responden. Selanjutnya jawaban netral 16,6% dengan 16 responden serta jawaban tidak setuju 2,1% dengan 2 orang responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat menyetujui pernyataan bahwa mereka selalu memperhatikan ada tidaknya gambar label halal sebelum membeli suatu produk.

Tabel 4.5
Jawaban responden tentang “Adanya gambar tersebut mempunyai arti bahwa produk yang dijual dijamin kehalalannya”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	8	8,4%
4	Setuju	27	28,1%
5	Sangat Setuju	58	60,4%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 58 orang atau 60,4%. Kemudian disusul jawaban setuju sebesar 28,1% dengan 28 responden. Selanjutnya jawaban netral 8,4% dengan 9 responden, jawaban sangat tidak setuju 2,1% dengan 2 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 orang responden. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa

mayoritas responden sangat menyetujui pernyataan bahwa dengan adanya gambar label halal mempunyai arti bahwa produk yang dijual dijamin kehalalannya.

Tabel 4.6
Jawaban responden tentang “Tulisan halal pada gambar tersebut dapat terbaca dengan jelas”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	14	14,6%
4	Setuju	35	36,5%
5	Sangat Setuju	45	46,9%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 45 orang atau 46,9%. Kemudian disusul jawaban setuju sebesar 36,5% dengan 35 responden. Selanjutnya jawaban netral 14,6% dengan 14 responden, jawaban tidak setuju 1% dengan 1 responden serta jawaban sangat tidak setuju 1% dengan 1 responden. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat menyetujui pernyataan bahwa tulisan halal pada label halal dapat terbaca dengan jelas.

Tabel 4.7
Jawaban responden tentang “Adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar tersebut membantu saya mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian Produk PROE”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	14	14,6%

4	Setuju	45	46,9%
5	Sangat Setuju	36	37,5%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 45 orang atau 46,9%. Kemudian disusul jawaban sangat setuju sebesar 37,5% dengan 36 responden. Selanjutnya jawaban netral 14,6% dengan 14 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui pernyataan bahwa dengan adanya tulisan “Halal” yang terdapat pada gambar tersebut membantu mereka mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian Produk PROE.

Tabel 4.8

Jawaban responden tentang “Adanya gabungan gambar dan tulisan yang dikenal sebagai ‘Label Halal’ tersebut menjadi pertimbangan saya memilih Produk PROE sebelum melakukan pembelian”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	16	16,7%
4	Setuju	36	37,5%
5	Sangat Setuju	43	44,8%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 43 orang atau 44,8%. Kemudian disusul jawaban setuju sebesar 37,5% dengan 36 responden. Selanjutnya jawaban netral 16,7%

dengan 16 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat menyetujui pernyataan bahwa dengan adanya gabungan gambar dan tulisan yang dikenal sebagai “Label Halal” tersebut menjadi pertimbangan mereka memilih Produk PROE sebelum melakukan pembelian.

Tabel 4.9
Jawaban responden tentang “Letak label halal sangat mudah ditemukan pada Kemasan Produk PROE”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	-	0%
3	Netral	21	21,9%
4	Setuju	40	41,6%
5	Sangat Setuju	35	36,5%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 40 orang atau 41,6%. Kemudian disusul jawaban sangat setuju sebesar 36,5% dengan 35 responden. Serta jawaban netral 21,9% dengan 22 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui pernyataan bahwa Letak label halal sangat mudah ditemukan pada Kemasan Produk PROE.

Tabel 4.10
Jawaban responden tentang “Adanya label halal pada kemasan memperkuat bahwa produk PROE itu Halal”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	12	12,5%
4	Setuju	28	29,2%
5	Sangat Setuju	55	57,3%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 55 orang atau 57,3%. Kemudian disusul jawaban setuju sebesar 29,2% dengan 28 responden. Selanjutnya jawaban netral 12,5% dengan 12 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat menyetujui pernyataan bahwa dengan adanya label halal pada kemasan memperkuat bahwa produk PROE itu Halal.

2) Variabel Citra Merek (X2)

Dalam mengukur pengaruh variabel citra merek produk PROE pada masyarakat di Kecamatan Pelaihari, digunakan tiga indikator utama diantaranya dimensi *strengthness* (kekuatan), dimensi *uniqueness* (keunikan), dan dimensi *favorable* (keuntungan). Adapun data disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.11
Jawaban responden tentang “Produk PROE memiliki reputasi yang baik”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	2	2,1%
3	Netral	20	20,8%
4	Setuju	40	41,7%
5	Sangat Setuju	34	35,4%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 40 orang atau 41,7%. Kemudian disusul jawaban sangat setuju sebesar 35,4% dengan 34 responden. Selanjutnya jawaban netral 20,8% dengan 20 responden serta jawaban tidak setuju 2,1% dengan 2 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan Produk PROE memiliki reputasi yang baik.

Tabel 4.12
Jawaban responden tentang “Produk PROE terjaga kualitasnya karena dibuat dengan teknologi Reverse Osmosis (RO) yang berkualitas”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	19	19,8%
4	Setuju	45	46,9%
5	Sangat Setuju	31	32,3%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 45 orang atau 46,9%. Kemudian disusul jawaban sangat setuju sebesar 32,3% dengan 31 responden. Selanjutnya jawaban netral 19,8% dengan 19 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan Produk PROE terjaga kualitasnya karena dibuat dengan teknologi Reverse Osmosis (RO) yang berkualitas.

Tabel 4.13
Jawaban responden tentang “Produk PROE mudah dikenal karena memiliki keunikan corak khas sasirangan Kalimantan Selatan pada kemasan”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	19	19,8%
4	Setuju	38	39,6%
5	Sangat Setuju	38	39,6%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju dan sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak yang sama dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 38 orang atau 39,6%. Kemudian disusul jawaban netral 19,8% dengan 19 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 orang responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas

responden setuju dengan pernyataan Produk PROE mudah dikenal karena memiliki keunikan corak khas sasirangan Kalimantan Selatan pada kemasan.

Tabel 4.14
Jawaban responden tentang “Slogan produk PROE ‘Banyu Murni Sigar’ mudah diingat dan menarik”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	3	3,1%
3	Netral	35	36,5%
4	Setuju	33	34,4%
5	Sangat Setuju	24	25%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa jawaban netral mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 35 orang atau 36,5%. Kemudian disusul jawaban setuju 34,4% dengan 33 responden. Selanjutnya jawaban sangat setuju 25% dengan 24 orang responden. Serta jawaban tidak setuju 3,1% dengan 3 responden dan 1% jawaban sangat tidak setuju dengan 1 orang responden. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden netral dengan pernyataan bahwa slogan produk PROE ‘Banyu Murni Sigar’ mudah diingat dan menarik.

Tabel 4.15
Jawaban responden tentang “Produk PROE memiliki nama merek yang mudah diingat dan diucapkan”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	15	15,6%
4	Setuju	45	46,9%

5	Sangat Setuju	35	36,5%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 45 orang atau 46,9%. Kemudian disusul jawaban sangat setuju sebesar 36,5% dengan 35 responden. Selanjutnya jawaban netral 15,6% dengan 15 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa Produk PROE memiliki nama merek yang mudah diingat dan diucapkan.

Tabel 4.16

Jawaban responden tentang “Produk PROE mudah didapat dimana-mana dan tersebar luas di Kecamatan Pelaihari”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	17	17,7%
4	Setuju	28	29,2%
5	Sangat Setuju	50	52,1%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 50 orang atau 52,1%. Kemudian disusul jawaban setuju sebesar 29,2% dengan 28 responden. Selanjutnya jawaban netral 17,7% dengan 17 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut,

dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat menyetujui pernyataan bahwa Produk PROE mudah didapat dimana-mana dan tersebar luas di Kecamatan Pelaihari.

Tabel 4.17
Jawaban responden tentang “Kemasan produk PROE yang bervariasi memberikan kenyamanan dan efisiensi saat dikonsumsi”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	19	19,8%
4	Setuju	38	39,6%
5	Sangat Setuju	38	39,6%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju dan sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak yang sama dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 38 orang atau 39,6%. Kemudian disusul jawaban netral 19,8% dengan 19 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 orang responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan kemasan produk PROE yang bervariasi memberikan kenyamanan dan efisiensi saat dikonsumsi.

3) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Dalam mengukur variabel keputusan pembelian produk PROE pada masyarakat di Kecamatan Pelaihari, digunakan lima indikator utama diantaranya dimensi pengenalan kebutuhan, dimensi pencarian informasi, dimensi evaluasi

alternatif, dimensi keputusan pembelian dan dimensi perilaku pasca pembelian.

Adapun data disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.18
Jawaban responden tentang “Produk air minum merek PROE sesuai dengan
keperluan konsumsi saya”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	-	0%
3	Netral	23	24%
4	Setuju	38	39,5%
5	Sangat Setuju	35	36,5%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 38 orang atau 39,5%. Kemudian disusul jawaban sangat setuju sebesar 36,5% dengan 35 responden. Serta jawaban netral 24% dengan 23 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa produk air minum merek PROE sesuai dengan keperluan konsumsi mereka.

Tabel 4.19
Jawaban responden tentang “Saya tertarik bertanya pendapat lingkungan sekitar
serta mencari informasi lebih dalam mengenai produk PROE”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	-	0%
3	Netral	45	46,9%
4	Setuju	33	34,4%

5	Sangat Setuju	17	17,5%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.19 di atas menunjukkan bahwa jawaban netral mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 45 orang atau 46,9%. Kemudian disusul jawaban setuju 34,4% dengan 33 responden. Selanjutnya jawaban sangat setuju 17,5% dengan 17 orang responden, serta jawaban sangat tidak setuju 1% dengan 1 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden netral dengan pernyataan bahwa mereka tertarik untuk bertanya pendapat lingkungan sekitar, serta mayoritas dari mereka juga netral dalam pencarian informasi lebih dalam mengenai produk PROE.

Tabel 4.20

Jawaban responden tentang “Saya mempertimbangkan untuk membeli produk PROE dengan pertimbangan produk yang halal dan banyaknya pendapat positif tentang produk PROE”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%
2	Tidak Setuju	-	0%
3	Netral	25	26%
4	Setuju	38	39,6%
5	Sangat Setuju	31	32,3%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.20 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 38 orang atau 39,6%. Kemudian disusul jawaban sangat setuju

32,3% dengan 31 responden. Selanjutnya jawaban netral 26% dengan 25 orang responden, serta jawaban sangat tidak setuju 2,1% dengan 2 responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa mereka membeli produk PROE dengan pertimbangan produk yang halal dan banyaknya pendapat positif tentang produk PROE.

Tabel 4.21

Jawaban responden tentang “Saya memutuskan membeli produk PROE karena sesuai dengan keperluan konsumsi air minum saya”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	-	0%
3	Netral	20	20,8%
4	Setuju	43	44,8%
5	Sangat Setuju	33	34,4%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.21 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 43 orang atau 44,8%. Kemudian disusul jawaban sangat setuju 34,4% dengan 33 responden. Serta jawaban netral 20,8% dengan 20 orang responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa mereka memutuskan membeli produk PROE karena sesuai dengan keperluan konsumsi air minum mereka.

Tabel 4.22
Jawaban responden tentang “Saya memutuskan untuk membeli produk PROE karena produk terjamin kehalalannya”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	11	11,5%
4	Setuju	39	40,6%
5	Sangat Setuju	45	46,9%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.22 di atas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 45 orang atau 46,9%. Kemudian disusul jawaban setuju sebesar 40,6% dengan 39 responden. Selanjutnya jawaban netral 11,5% dengan 11 responden serta jawaban tidak setuju 1% dengan 1 orang responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat menyetujui pernyataan bahwa mereka memutuskan untuk membeli produk PROE karena produk terjamin kehalalannya.

Tabel 4.23
Jawaban responden tentang “Saya memutuskan membeli produk PROE karena produk memiliki citra merek yang positif”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	-	0%
3	Netral	21	21,9%
4	Setuju	45	50%
5	Sangat Setuju	27	28,1%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.23 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 48 orang atau 50%. Kemudian disusul jawaban sangat setuju 28,1% dengan 27 responden. Serta jawaban netral 21,9% dengan 21 orang responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa mereka memutuskan membeli produk PROE karena produk memiliki citra merek yang positif.

Tabel 4.24
Jawaban responden tentang “Saya akan merekomendasikan produk PROE kepada keluarga dan teman-teman”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	2	2,1%
3	Netral	30	31,3%
4	Setuju	38	39,6%
5	Sangat Setuju	25	26%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.24 diatas menunjukkan bahwa jawaban sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 38 orang atau 39,6%. Kemudian disusul jawaban netral sebesar 31,3% dengan 30 responden. Selanjutnya jawaban sangat setuju 26% dengan 25 responden, jawaban tidak setuju 2,1% dengan 2 responden serta jawaban sangat tidak setuju 1% dengan 1 responden. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa mereka akan merekomendasikan produk PROE kepada keluarga dan teman-teman mereka.

Tabel 4.25
Jawaban responden tentang “Saya berkeinginan untuk membeli kembali produk PROE”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	0%
2	Tidak Setuju	2	2,1%
3	Netral	22	22,9%
4	Setuju	36	37,5%
5	Sangat Setuju	36	37,5%
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.25 di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju dan sangat setuju mempunyai proporsi terbanyak yang sama dibanding alternatif jawaban lain dengan jumlah responden 36 orang atau 37,5%. Kemudian disusul jawaban netral 22,9% dengan 22 responden serta jawaban tidak setuju 2,1% dengan 2 orang responden. Dalam pernyataan ini tidak ada respon untuk alternatif jawaban sangat tidak setuju. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa mereka berkeinginan untuk membeli kembali produk PROE.

4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah suatu proses pengujian valid tidaknya item-item pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Uji ini menggunakan korelasi pearson dengan uji dua arah dengan dasar pengambilan keputusan item pertanyaan valid jika r hitung $>$ r tabel (Firdaus, 2021, hlm. 27). Nilai r hitung diperoleh dari hasil penelitian data kuesioner yang dihitung menggunakan SPSS 25. Adapun nilai r tabel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan $df = N-2$ dan tingkat sig.

0,05 maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2006. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Label Halal (X1)	1	0,629	0,2006	Valid
	2	0,750	0,2006	Valid
	3	0,778	0,2006	Valid
	4	0,750	0,2006	Valid
	5	0,774	0,2006	Valid
	6	0,752	0,2006	Valid
	7	0,759	0,2006	Valid
Citra Merek (X2)	1	0,810	0,2006	Valid
	2	0,807	0,2006	Valid
	3	0,752	0,2006	Valid
	4	0,746	0,2006	Valid
	5	0,758	0,2006	Valid
	6	0,715	0,2006	Valid
	7	0,837	0,2006	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,783	0,2006	Valid
	2	0,755	0,2006	Valid
	3	0,798	0,2006	Valid
	4	0,830	0,2006	Valid
	5	0,729	0,2006	Valid
	6	0,811	0,2006	Valid
	7	0,778	0,2006	Valid
	8	0,866	0,2006	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Dari tabel hasil uji validitas instrument data, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan seluruh butir item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah uji untuk mengukur keandalan pengukuran instrumen yang digunakan (Dewi, 2018, hlm. 2). Uji reliabilitas dapat dilakukan secara

bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Dasar pengambilan keputusan dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's alfa* $> 0,60$ (Firdaus, 2021, hlm. 29). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,947	22

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 25 dengan menguji seluruh butir pernyataan pada kuesioner ini. Dapat terlihat dari tabel 4.27, diperoleh nilai *Cronbach's alpha* sebesar $0,947 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan dalam penelitian dinyatakan reliabel.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menilai sebaran data dalam suatu kelompok, apakah berdistribusi normal ataukah tidak (Firdaus, 2021, hlm. 32). Dasar pengambilan keputusan data berdistribusi normal jika $\text{Sig} > \alpha$ (Ismanto & Pebruary, 2021, hlm. 62). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan SPSS 25. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.28 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,05406403

Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,071
	Negative	-,100
Test Statistic		,100
Asymp. Sig. (2-tailed)		,020 ^c
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Dari hasil uji normalitas diatas, diperoleh nilai Asymp. Sig. sebesar 0,020. Dengan nilai Sig. α 0,05 dapat disimpulkan Asymp. Sig 0,020 lebih besar dari Sig. α 0,05 yang menunjukkan data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah bagian dari uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengukur korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Dasar pengambilan keputusan tidak terjadinya multikolinearitas apabila:

- 1) Nilai Tolerance $> 0,10$. Nilai tolerance lebih besar dari pada 0.10 atau,
- 2) Nilai VIF < 10 . *Variance inflation factor* lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan (Duli, 2019, hlm. 120).

Tabel 4.29 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,763	2,460		1,530	,129		
	Label_Halal	,190	,108	,155	1,762	,081	,518	1,930
	Citra_Merek	,791	,103	,677	7,708	,000	,518	1,930

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Hasil uji multikolinearitas diatas menunjukkan Label Halal (X1) dan Citra Merek (X2) menghasilkan besar nilai Tolerance yang sama sebesar 0,518. Nilai VIF juga sama dengan nilai 1,930. Sehingga dapat ditarik kesimpulan nilai Tolerance 0,518 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF 1,930 kurang dari 10 yang dapat diartikan bahwa variabel label halal dan citra merek pada penelitian ini bebas dari gejala multikolenaritas.

c. Uji Heterokedasitas

Uji Heterokedasitas dilakukan dengan tujuan menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan model uji glejser dengan SPSS 25. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu apabila nilai t hitung lebih kecil dari t tabel, serta nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun pada penelitian ini t tabel yang digunakan sebesar 1,661.

Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 4.30 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error				
1	(Constant)	3,411	1,645		2,074	,041
	Label_Halal	,024	,072	,048	,334	,739
	Citra_Merek	-,065	,069	-,136	-,952	,344

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Dari hasil penelitian tersebut, diperoleh data pada variabel label halal nilai t hitung sebesar $0,334 < 1,660$ dan nilai Sig. label halal sebesar $0,739 > 0,05$ yang memberikan kesimpulan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada variabel label halal. Adapun variabel citra merek menunjukkan nilai t hitung sebesar $-0,952 < 1,660$ dan nilai Sig. citra merek sebesar $0,344 > 0,05$ yang memberikan kesimpulan bahwa juga tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada variabel citra merek.

6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas label halal dan citra merek terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

Model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X1 : Label Halal

X2 : Citra Merek

a : Nilai konstanta

b : Koefisien regresi

e : error term (standar error)

Adapun hasil uji persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 4.31 Hasil Uji Persamaan Regresi

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,763	2,460		1,530	,129		
	Label_Halal	,190	,108	,155	1,762	,081	,518	1,930
	Citra_Merek	,791	,103	,677	7,708	,000	,518	1,930

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Dari hasil uji tersebut, diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,763 + 0,190 X1 + 0,791 X2 + e$$

Jika tidak terdapat pengaruh Label Halal (X1) dan Citra Merek (X2) maka Keputusan Pembelian naik sebesar 3,763%, label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Apabila label halal (X1) naik 1% maka keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,190% dan sebaliknya jika label halal (X1) turun sebesar 1% maka keputusan pembelian (Y) turun sebesar 0,190%. Citra merek juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, Jika variabel citra merek (X2) naik sebesar 1% maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,791% dan sebaliknya jika citra merek (X2) turun sebesar 1% maka keputusan pembelian (Y) akan turun sebesar 0,791%.

7. Hasil Uji Hipotesis

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE, maka dilakukan pengujian hipotesis penelitian

terhadap variabel-variabel dengan pengujian, yaitu uji t (uji signifikan parsial), uji F (uji Simultan) dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25 sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial merupakan sebuah bentuk pengujian untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Riyanto & Hatmawan, 2020, hlm. 141). Dasar pengambilan keputusan uji t yaitu:

- 1) Apabila nilai t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat;
- 2) Apabila nilai t hitung $<$ t tabel maka H_a ditolak dan H_o diterima, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat;

Tabel 4.32 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,763	2,460		1,530	,129		
	Label_Halal	,190	,108	,155	1,762	,081	,518	1,930
	Citra_Merek	,791	,103	,677	7,708	,000	,518	1,930

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil penelitian 2023 (data diolah)

1). Pengujian hipotesis label halal (X1)

Hasil uji t dari tabel 4.32 menunjukkan nilai t hitung label halal 1,762 yang berarti bahwa nilai t hitung $1,762 >$ t tabel 1,661. Sehingga secara parsial dapat

diketahui variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut.

2). Pengujian hipotesis harga (X2)

Hasil uji t dari tabel 4.32 menunjukkan nilai t hitung citra merek 7,708 yang berarti bahwa nilai t hitung $7,708 > t$ tabel 1,661. Sehingga secara parsial dapat diketahui variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau yang sering dikenal dengan Uji Simultan dilakukan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas label halal dan citra merek secara simultan terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Dasar pengambilan keputusan uji simultan dengan membandingkan F hitung dengan Tabel F dengan dasar sebagai berikut:

- 1) Jika F hitung $>$ dari F tabel dan Sig. $< \alpha$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas dan variabel terikat
- 2) Jika F hitung $<$ dari F tabel dan Sig. $> \alpha$ maka H_o diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 4.33 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1496,531	2	748,265	78,534	,000 ^b

Residual	886,094	93	9,528	
Total	2382,625	95		

- a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
b. Predictors: (Constant), Citra_Merek, Label_Halal

Sumber : Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 78,534 Nilai tersebut lebih besar dari nilai F tabel yang sebesar 3,09 dan nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan nilai $Sig. < \text{tingkat } \alpha$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau adjusted R^2 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent/bebas (variabel label halal dan citra merek) menjelaskan variabel dependent/terikat (variabel keputusan pembelian) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

Tabel 4.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,793 ^a	,628	,620	3,087
a. Predictors: (Constant), Citra_Merek, Label_Halal				
b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian				

Sumber : Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,620 atau 62%. Besarnya nilai *Adjusted R Square* tersebut menunjukkan bahwa variabel independent yang terdiri dari label halal (X1) dan citra merek (X2) mampu menjelaskan variabel dependent yaitu keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari (Y) sebesar 62% sedangkan sisanya sebesar 38% dari 100% total faktor yang diharapkan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Analisis Data

1. Pengaruh secara parsial Label Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk PROE di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan untuk variabel label halal, hasil uji t untuk variabel label halal diperoleh nilai koefisien positif. Dengan t hitung sebesar 1,762 lebih besar dari t tabel sebesar 1,661 maka H_a dalam penelitian ini diterima dan H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh secara parsial antara label halal terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.

Menurut Undang-undang nomor 33 tahun 2014, menyatakan bahwa label halal merupakan penjamin kehalalan suatu produk yang telah lolos sertifikasi halal.. Banyak masyarakat yang dalam hal ini diwakili oleh responden menyatakan bahwa adanya label halal tersebut menjadi pertimbangan mereka dalam melakukan pembelian produk. Hal ini terlihat pada jawaban responden mengenai adanya label halal menjadi pertimbangan memilih produk PROE sebelum melakukan pembelian,

37,5% responden menjawab setuju dan 44,8% responden menjawab sangat setuju dan jika digabung sebesar 82,3% responden setuju bahwa adanya label halal tersebut menjadi pertimbangan mereka dalam melakukan pembelian produk.

Dari segi kajian ekonomi syariah, kita sebagai umat muslim dianjurkan untuk mengonsumsi produk yang halal. Seperti firman Allah SWT. dalam QS. Al-Maidah/5: 88 yang berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبَاتٍ وَأَتُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: "Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman" (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 122)

PT. Bandangantirta Agung pun telah menjalani alur sertifikasi kehalalan produknya yang ditandai dengan pencantuman label halal di kemasan produk PROE. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden mengenai pernyataan letak label halal sangat mudah ditemukan pada kemasan produk PROE. 41,7% responden menjawab setuju dan 36,5% responden menjawab sangat setuju yang mana jika ditotal 78,2% responden setuju bahwa produk PROE halal. Hal ini membuktikan bahwa produk PROE tidak melanggar syariat islam dan produk yang dijual tidak ada unsur keharaman.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan untuk variabel citra merek, hasil uji t untuk variabel citra merek diperoleh nilai koefisien positif. Dengan t hitung sebesar 7,708 lebih besar dari t tabel sebesar 1,661 maka H_a dalam penelitian ini diterima dan H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh secara parsial antara citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.

Citra Merek adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen (Sitorus dkk., 2022, hlm. 105). Tanggapan seseorang atas suatu merek bisa positif atau negatif, apa yang telah dilakukan oleh seseorang berlandaskan ajaran Islam, maka akan timbul kesan positif. Dan jika seseorang tersebut berbuat sebaliknya maka kesan yang timbul itu bukanlah suatu kesan yang positif, melainkan negatif.

Sebagaimana Firman Allah swt dalam Q.S. Al-Ahzab/33:21.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ

كَثِيرًا

Artinya: *“Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat serta yang banyak mengingat Allah”*. (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 420)

Pada ayat di atas dijelaskan bahwa Rasulullah merupakan suri tauladan yang baik dalam semua aspek kehidupan termasuk aspek muamalah. Dalam hal ini, menurut peneliti, produk PROE tidak melakukan hal yang bertentangan dengan syariat islam baik itu dalam hal produksi maupun transaksi. Barang yang diproduksi produk PROE merupakan barang yang halal dan dalam transaksi pun tidak melanggar aturan syariat islam. Hal ini sesuai dengan tanggapan konsumen mengenai produk PROE memiliki reputasi yang baik. 41,7% responden menjawab setuju dan 35,4% responden menjawab sangat setuju, yang mana jika digabungkan 77,1% responden setuju bahwa produk PROE memiliki reputasi yang baik.

2. Pengaruh secara simultan Label Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk PROE di Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, hasil uji F sebesar 78,534 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09 sehingga H_a dalam penelitian ini diterima dan H_o ditolak, yang berarti terdapat pengaruh secara simultan antara label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PROE di Kecamatan Pelaihari, Kabupaten Tanah Laut.

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen yang ingin membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan apakah produk tersebut sesuai atau tidak dengan mempertimbangkan informasi yang diketahui pada keadaan sebenarnya tentang produk tersebut (Prasetya dkk., 2022, hlm. 133).

Dari penelitian ini keputusan pembelian berdasarkan label halal dan citra merek berpengaruh positif. Hal ini sesuai dengan tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian konsumen karena produk yang halal dan citra merek yang positif. Berdasarkan kehalalannya, 40,6% responden setuju dan 46,9% responden menjawab sangat setuju, yang mana jika digabungkan sebanyak 87,5% responden setuju bahwa mereka memutuskan membeli produk PROE karena produk terjamin kehalalannya. Adapun berdasarkan citra merek yang positif, 50% menjawab setuju dan 28,1% menjawab sangat setuju, yang mana jika digabungkan sebanyak 78,1% dari mereka juga setuju untuk membeli karena produk memiliki citra merek yang positif.

Ekonomi islam mempunyai prinsip dasar dalam pengambilan suatu keputusan, sehingga pembelian yang dilakukan tidak berlandaskan hawa nafsu

semata (Sumar'in, 2013, hlm. 16). Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Maidah/5: 100 yang berbunyi:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: " Katakanlah (Nabi Muhammad), "Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu. Maka, bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang berakal sehat agar kamu beruntung" (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 124)

Dari ayat di atas dapat diambil makna bahwa pengambilan keputusan terhadap suatu produk yang dikonsumsi hendaknya memperhatikan syariat agama yang telah ditentukan. Dalam islam, kita diajarkan untuk bisa memilah antara kebutuhan dan keinginan serta dapat menyesuaikan kebutuhan yang baik dan buruk agar nantinya tidak menyesal.