

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

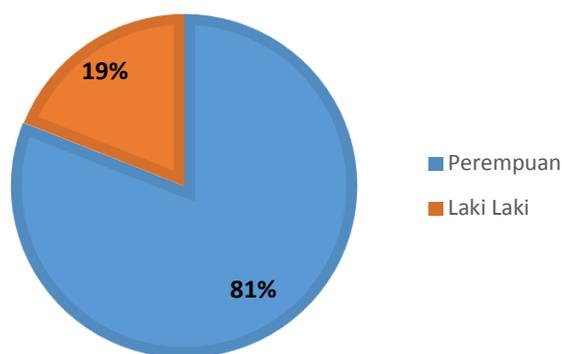
##### **1. Deskripsi Responden**

Data responden dalam penelitian ini diperoleh melalui pengisian kuesioner dengan menggunakan google form yang disebarakan secara online. Dalam penelitian ini terdapat 100 responden dengan kriteria konsumen yang pernah membeli produk makanan impor. Total item pertanyaan dalam kuesioner ini berjumlah 33 butir, 28 butir pertanyaan mengenai variabel dan 5 butir pertanyaan untuk mengetahui identitas responden.

Berikut adalah hasil gambaran data dan karakteristik dari 100 responden yang di dapat:

##### **a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin**

Responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dipilih secara acak. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

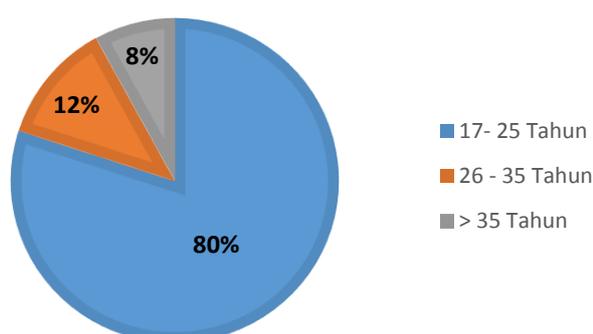


Gambar 4. 1 Diagram Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 81% atau 81 orang dan responden laki-laki sebesar 19% atau 19 orang dari total responden.

b. Karakteristik berdasarkan usia

Usia responden sering berhubungan dengan keputusan pembelian suatu produk yang akan di konsumsi. Adapun hasil dari pengumpulan responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut

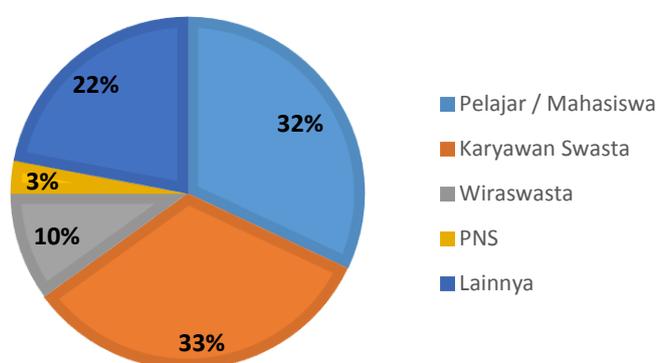


Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Berdasarkan Usia

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa usia responden yang paling mendominasi adalah usia 17-25 Tahun yaitu sebanyak 80%

atau 80 orang. Sementara yang menduduki posisi kedua ialah responden dengan usia 26-35 Tahun sebanyak 12% atau 12 orang, dan yang posisi terakhir ialah responden dengan usia di atas 35 Tahun sebanyak 8% atau 8 orang.

c. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

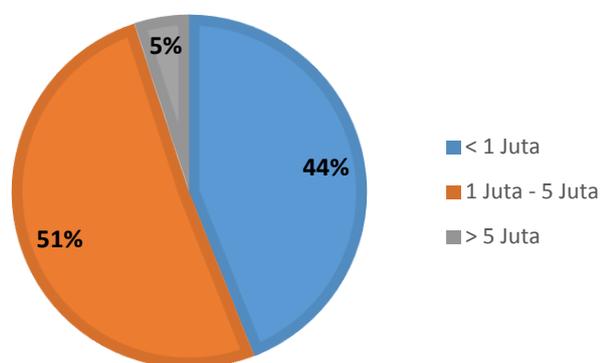


Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan diagram di atas, dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Responden yang berstatus pekerjaan sebagai karyawan swasta sebesar 33% atau 33 orang, pelajar/mahasiswa berjumlah 32% atau 32 orang, wiraswasta berjumlah 10% atau 10 orang, PNS berjumlah 3% atau 3 orang dan pekerjaan lainnya berjumlah 22% atau 22 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden berstatus seorang pelajar/mahasiswa

d. Karakteristik berdasarkan pendapatan perbulan

Kemampuan responden dalam membeli suatu produk dapat di tunjukkan oleh pendapatannya. Seseorang yang pendapatannya tinggi akan cenderung memiliki daya beli yang tinggi begitupun sebaliknya. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan mengkhususkan diri membuat produk yang diperlukan oleh kelompok pendapatan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh hasil pengumpulan data responden berdasarkan pendapatan per bulan yang berasal dari pekerjaan maupun dari pemberian orang tua. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh sebagai berikut:

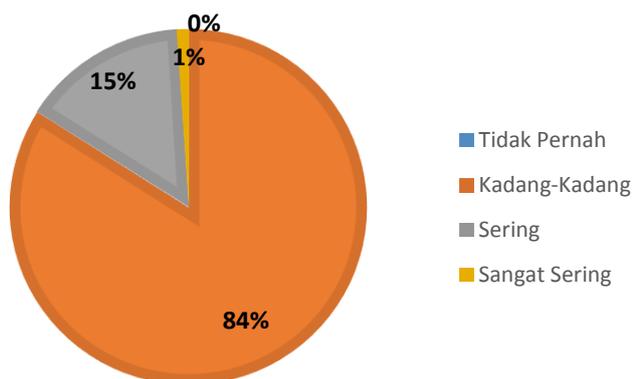


Gambar 4. 4 Diagram Karakteristik Bedasarkan Pendapatan

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa sebanyak 51% atau 51 orang responden memiliki penghasilan sebesar 1 juta sampai 5 juta. Responden yang memiliki pendapatan kurang dari 1 juta

sebanyak 44% atau 44 orang. Sementara jumlah responden yang memiliki pendapatan di atas 5 juta hanya sebanyak 5% atau 5 orang.

e. Karakteristik berdasarkan pembelian produk



Gambar 4. 5 Diagram Karakteristik Berdasarkan Pembelian Produk

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa sebanyak 84% atau 84 orang responden kadang-kadang dalam membeli produk makanan impor, responden yang sering membeli sebanyak 15% atau 15 orang, responden yang sangat sering membeli sebanyak 1% atau 1 orang, dan responden yang tidak pernah membeli sebanyak 0% atau tidak ada. Dari data tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden kadang-kadang membeli produk makanan impor.

## 2. Deskripsi Variabel

### a. Variabel Label Halal

#### 1) Indikator pengetahuan

Tabel 4. 1 Tanggapan responden mengenai pentingnya pencantuman label halal dalam produk makanan impor

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	90	90%
2	Setuju (S)	9	9%
3	Kurang Setuju (KS)	0	0%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju berjumlah sebanyak 90 orang dan persentase sebesar 90%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju akan pentingnya pencantuman label halal pada kemasan produk makanan impor.

## 2) Kepercayaan

Tabel 4. 2 Tanggapan responden mengenai dengan adanya pencantuman label halal maka komposisi produk tersebut juga sudah dijamin halal

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	75	75%
2	Setuju (S)	21	21%
3	Kurang Setuju (KS)	3	3%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju berjumlah sebanyak 75 orang dan persentase sebesar 75%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen percaya apabila adanya pencantuman label halal di

kemasan produk makanan impor maka produk tersebut sudah terjamin kehalalannya.

Tabel 4. 3 Tanggapan responden mengenai dengan adanya pencantuman label halal, membuat responden merasa aman mengkonsumsi produk makanan impor

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	80	80%
2	Setuju (S)	18	18%
3	Kurang Setuju (KS)	1	1%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju berjumlah sebanyak 80 orang dan persentase sebesar 80%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen akan merasa aman mengkonsumsi makanan impor apabila kemasan produk tersebut sudah dicantumkan label halal.

### 3) Penilaian terhadap label halal

Tabel 4. 4 Tanggapan responden mengenai melakukan pemeriksaan label halal sebelum membeli produk makanan impor

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	62	62%
2	Setuju (S)	32	32%
3	Kurang Setuju (KS)	5	5%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju berjumlah sebanyak 62 orang dan persentase sebesar 62%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen sebelum membeli produk makanan impor melakukan pengecekan kehalalannya terlebih dulu yaitu dengan melihat label halal di kemasan produk tersebut.

a. Variabel Kesadaran Diri

1) Pengetahuan

Tabel 4. 5 Tanggapan responden mengenai pemahaman konsep makanan halal dalam ajaran agama islam

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	36	36%
2	Setuju (S)	51	51%
3	Kurang Setuju (KS)	10	10%
4	Tidak Setuju (TS)	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju berjumlah sebanyak 51 orang dan persentase sebesar 51%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen memahami bagaimana konsep makanan halal.

Tabel 4. 6 Tanggapan responden mengenai pengetahuan dampak dari mengkonsumsi makanan yang tidak halal

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	13	13%
2	Setuju (S)	38	38%
3	Kurang Setuju (KS)	42	42%

4	Tidak Setuju (TS)	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kuang setuju berjumlah sebanyak 42 orang dan persentase sebesar 42%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen kurang mengetahui dampak dari mengkonsumsi makanan yang tidak halal.

## 2) Sikap

Tabel 4. 7 Tanggapan responden mengenai sebelum membeli produk makanan impor apakah responden terebih dulu mencari tahu kehalalan produk tersebut

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	60	60%
2	Setuju (S)	33	3%
3	Kurang Setuju (KS)	5	5%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju berjumlah sebanyak 60 orang dan persentase sebesar 60%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen sebelum melakukan pembelian produk makanan impor melakukan pengecekan untuk mencari tahu kehalalan produk makanan impor tersebut.

## 3) Tindakan

Tabel 4. 8 Tanggapan responden mengenai pembelian produk makanan impor yang ada label halal nya saja

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	88	88%
2	Setuju (S)	10	10%
3	Kurang Setuju (KS)	1	1%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju berjumlah sebanyak 88 orang dan persentase sebesar 88%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen sangat mengutamakan mengkonsumsi makanan yang halal.

## b. Variabel Gaya Hidup

## 1) Kegiatan

Tabel 4. 9 Tanggapan responden mengenai terbiasanya membeli/ mengkonsumsi produk makanan impor

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	2	2%
2	Setuju (S)	24	24%
3	Kurang Setuju (KS)	50	50%
4	Tidak Setuju (TS)	20	20%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kurang setuju berjumlah sebanyak 50 orang dan persentase sebesar 50%. Dengan ini menunjukkan bahwa

konsumen tidak terbiasa membeli atau mengkonsumsi produk makanan impor.

## 2) Minat

Tabel 4. 10 Tanggapan responden apakah menyukai produk makanan impor karena merupakan trend saat ini

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	9	9%
2	Setuju (S)	20	20%
3	Kurang Setuju (KS)	40	40%
4	Tidak Setuju (TS)	23	23%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	8	8%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kurang setuju berjumlah sebanyak 40 orang dan persentase sebesar 40%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen tidak menyukai produk makanan impor dikarenakan *trend* saat ini

Tabel 4. 11 Tanggapan responden apakah menyukai produk makanan impor karena mencoba hal-hal baru

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	12	12%
2	Setuju (S)	27	27%
3	Kurang Setuju (KS)	43	43%
4	Tidak Setuju (TS)	14	14%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kurang setuju berjumlah sebanyak 43 orang dan persentase sebesar 43%. Dengan ini menunjukkan bahwa

konsumen tidak menyukai produk makanan impor dikarenakan untuk mencoba hal-hal baru.

### 3) Opini

Tabel 4. 12 Tanggapan responden mengenai dengan mengkonsumsi produk makanan impor dapat menunjukkan tingkat ekonomi seseorang

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	5	5%
2	Setuju (S)	21	21%
3	Kurang Setuju (KS)	38	38%
4	Tidak Setuju (TS)	18	18%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	18	18%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kurang setuju berjumlah sebanyak 38 orang dan persentase sebesar 38%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen kurang setuju jika mengkonsumsi produk makanan impor dapat menunjukkan tingkat ekonomi seseorang.

Tabel 4. 13 Tanggapan responden mengenai dengan mengkonsumsi produk makanan impor dapat menunjukkan kualitas diri seseorang

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	4	4%
2	Setuju (S)	11	11%
3	Kurang Setuju (KS)	32	32%
4	Tidak Setuju (TS)	28	28%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	25	25%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kurang setuju berjumlah sebanyak 32 orang dan persentase sebesar 32%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen kurang setuju jika mengkonsumsi produk makanan impor dapat menunjukkan kualitas diri seseorang.

c. Variabel Keputusan Pembelian

1) Pengenalan masalah

Tabel 4. 14 Tanggapan responden mengenai pembelian produk makanan impor karena sesuai dengan kebutuhan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	19	19%
2	Setuju (S)	40	40%
3	Kurang Setuju (KS)	27	27%
4	Tidak Setuju (TS)	11	11%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah sebanyak 40 orang dan persentase sebesar 40%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen melakukan pembelian produk makanan impor dikarenakan sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 4. 15 Tanggapan responden mengenai pembelian produk makanan impor karena sesuai dengan keinginan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	21	21%
2	Setuju (S)	44	44%
3	Kurang Setuju (KS)	26	26%

4	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	5%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah sebanyak 44 orang dan persentase sebesar 44%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen melakukan pembelian produk makanan impor dikarenakan sesuai dengan keinginan.

## 2) Mencari informasi

Tabel 4. 16 Tanggapan responden mengenai mendapatkan informasi mengenai produk makanan impor dari keluarga, teman, tetangga yang pernah mengkonsumsinya

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	18	18%
2	Setuju (S)	48	48%
3	Kurang Setuju (KS)	26	26%
4	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah sebanyak 48 orang dan persentase sebesar 48%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan informasi mengenai produk makanan impor dari keluarga, teman, tetangga yang pernah mengkonsumsinya.

Tabel 4. 17 Tanggapan responden mengenai mendapatkan informasi produk makanan impor dari iklan di televisi

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	17	17%
2	Setuju (S)	39	39%
3	Kurang Setuju (KS)	24	24%
4	Tidak Setuju (TS)	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	13	13%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah sebanyak 39 orang dan persentase sebesar 39%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan informasi mengenai produk makanan impor dari iklan di televisi.

Tabel 4. 18 Tanggapan responden mengenai mendapatkan informasi produk makanan impor dari media sosial

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	32	32%
2	Setuju (S)	54	54%
3	Kurang Setuju (KS)	9	9%
4	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah sebanyak 54 orang dan persentase sebesar 54%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan informasi mengenai produk makanan impor dari media sosial.

## 3) Evaluasi alternatif

Tabel 4. 19 Tanggapan responden mengenai keyakinan dengan kualitas produk makanan impor

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	2	2%
2	Setuju (S)	16	16%
3	Kurang Setuju (KS)	53	53%
4	Tidak Setuju (TS)	18	18%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	11	11%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kurang setuju berjumlah sebanyak 53 orang dan persentase sebesar 53%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen kurang begitu yakin dengan kualitas produk makanan impor.

## 4) Keputusan Pembelian

Tabel 4. 20 Tanggapan responden mengenai memilih untuk mengkonsumsi produk makanan impor karena mereknya terkenal

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	15	15%
2	Setuju (S)	21	21%
3	Kurang Setuju (KS)	36	36%
4	Tidak Setuju (TS)	18	18%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	10	10%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kurang setuju berjumlah sebanyak 36 orang

dan persentase sebesar 36%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen kurang setuju jika mengkonsumsi produk makanan impor dikarenakan mereknya terkenal.

Tabel 4. 21 Tanggapan responden mengenai memilih untuk mengkonsumsi produk makanan impor karena rasanya enak

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	20	20%
2	Setuju (S)	47	47%
3	Kurang Setuju (KS)	30	30%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah sebanyak 47 orang dan persentase sebesar 47%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen setuju jika mengkonsumsi produk makanan impor dikarenakan rasanya yang enak.

#### 5) Perilaku pasca pembelian

Tabel 4. 22 Tanggapan responden mengenai melakukan pembelian kembali produk makanan impor

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	10	10%
2	Setuju (S)	30	30%
3	Kurang Setuju (KS)	52	52%
4	Tidak Setuju (TS)	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kurang setuju berjumlah sebanyak 52 orang

dan persentase sebesar 52%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen masih ragu untuk kembali membeli produk makanan impor.

Tabel 4. 23 Tanggapan responden mengenai apakah merekomendasikan produk makanan impor kepada orang lain

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	10	10%
2	Setuju (S)	29	29%
3	Kurang Setuju (KS)	49	49%
4	Tidak Setuju (TS)	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa mayoritas responden menjawab kurang setuju berjumlah sebanyak 49 orang dan persentase sebesar 49%. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen masih ragu untuk merekomendasikan produk makanan impor kepada orang lain.

### 3. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk menunjukkan ukuran kevalidan/kesahihan suatu instrument penelitian apakah sudah tepat atau belum dalam mengukur instrumen pernyataan terhadap variabel penelitian (Sunyoto, 2012, hlm.55).

Dalam hal ini instrumen penelitian (angket/kuesioner) yang akan diuji validitasnya. Dalam penelitian ini variabel Label Halal,

Kesadaran Diri dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor di Kota Banjarmasin yang akan menjadi objek pengukuran kevalidan. Penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah SPSS 23.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai R-hitung dengan nilai R-tabel menggunakan alat uji Statistik SPSS 23. Dengan kriteria pengambilan keputusan membandingkan nilai R-tabel dengan nilai R-hitung dan membandingkan nilai Sig.(2-tailed) dengan probabilitas 0,05 sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan valid jika nilai R-hitung  $>$  R-tabel dengan menggunakan level signifikan 5%. Dan jika nilai Sig.(2-tailed)  $<$  0,05 serta *Pearson Correlation* bernilai positif, maka item soal kuesioner dikatakan tidak valid
- 2) Dinyatakan tidak valid jika nilai R-hitung  $<$  R-tabel dengan menggunakan level signifikan 5%. Dan jika nilai Sig.(2-tailed)  $>$  0,05 serta *Pearson Correlation* bernilai negatif

Berikut adalah hasil uji validitas item kuesioner untuk variabel Independen:

Tabel 4. 24 Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig	Keterangan
Label Halal ( $X_1$ )	LH1	0,819	0,196	0,000	Valid
	LH2	0,831	0,196	0,000	Valid

	LH3	0,832	0,196	0,000	Valid
	LH4	0,733	0,196	0,000	Valid
<b>Kesadaran Diri (X<sub>2</sub>)</b>	KD1	0,780	0,196	0,000	Valid
	KD2	0,736	0,196	0,000	Valid
	KD3	0,743	0,196	0,000	Valid
	KD4	0,587	0,196	0,000	Valid
<b>Gaya Hidup (X<sub>3</sub>)</b>	GH1	0,750	0,196	0,000	Valid
	GH2	0,788	0,196	0,000	Valid
	GH3	0,762	0,196	0,000	Valid
	GH4	0,773	0,196	0,000	Valid
	GH5	0,757	0,196	0,000	Valid
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	PM1	0,590	0,196	0,000	Valid
	PM2	0,645	0,196	0,000	Valid
	MI1	0,704	0,196	0,000	Valid
	MI2	0,558	0,196	0,000	Valid
	MI3	0,598	0,196	0,000	Valid
	EA1	0,655	0,196	0,000	Valid
	KP1	0,653	0,196	0,000	Valid
	KP2	0,618	0,196	0,000	Valid
	PP1	0,745	0,196	0,000	Valid
	PP2	0,774	0,196	0,000	Valid

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa seluruh item indikator pernyataan untuk variabel Independen (Label Halal (X<sub>1</sub>), Kesadaran Diri (X<sub>2</sub>), Gaya Hidup (X<sub>3</sub>)) dan variabel Dependen (Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid, karena nilai seluruh item memenuhi kriteria pengambilan keputusan nilai r hitung dari seluruh item lebih besar dari r tabel dan nilai Sig (2 - tailed) seluruh item kurang dari 0,05.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur tingkat konsistensi dan stabilitas dari data berupa skor hasil dari persepsi responden

terhadap variabel bebas maupun variabel terikat. Dengan demikian reliabilitas meliputi stabilitas ukuran dan konsistensi internal ukuran. Stabilitas ukuran menunjukkan kemampuan sebuah ukuran untuk tetap stabil atau tidak rentan terhadap perubahan situasi apapun (Sunyoto, 2012, hlm.35). Artinya Uji reliabilitas dapat juga dikatakan sebagai uji tingkat kehandalan / dapat dipercaya atau tidaknya suatu instrument penelitian sebagai alat pengumpul data penelitian yang baik. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari responden konsisten dan kriteria pengambilan keputusan untuk uji reliabel ini adalah sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan reliabel atau konsisten jika nilai *Croanbach Alpha*  $> 0,60$
- 2) Dinyatakan tidak reliabel Jika nilai *Croanbach Alpha*  $< 0,60$  (Darmawan, 2014, hlm. 180)

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dari variabel (Label Halal ( $X_1$ ), Kesadaran Diri ( $X_2$ ), Gaya Hidup ( $X_3$ )) dan variabel Dependen (Keputusan Pembelian (Y)) :

Tabel 4. 25 Tabel Hasil Uji Reliabilitas

No	Nama Variabel	Nilai <i>Croanbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
1	Label Halal ( $X_1$ )	0,806	0,60	Reliabel
2	Kesadaran Diri ( $X_2$ )	0,678	0,60	Reliabel
3	Gaya Hidup ( $X_3$ )	0,820	0,60	Reliabel
4	Keputusan Pembelian (Y)	0,843	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa seluruh item indikator pernyataan untuk variabel Independen (Label Halal ( $X_1$ ), Kesadaran Diri ( $X_2$ ), Gaya Hidup ( $X_3$ )) dan variabel Dependen (Keputusan Pembelian (Y)) dinyatakan reliabel, karena nilai seluruh item lebih besar dari nilai *Croanbach's Alpha* 0,60 dan hasil tabel diatas memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Sunyoto, 2012, hlm.119). Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan alat statistik SPSS 23 dan dengan melihat pola P-plot. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji normalitas kolmogorov smirnov ini adalah sebagai berikut :

- 1) Data yang berdistribusi normal Jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05
- 2) Sebaliknya, Data yang tidak berdistribusi normal Jika nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 (Sunyoto, 2012, hlm.121)

Berikut adalah hasil pengujian normalitas data pada penelitian ini :

Tabel 4. 26 Hasil Uji Normalitas

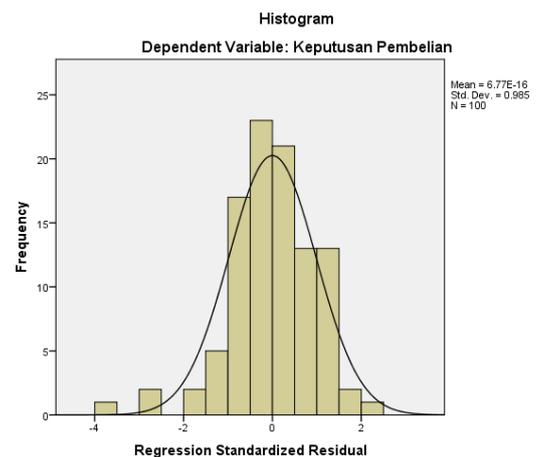
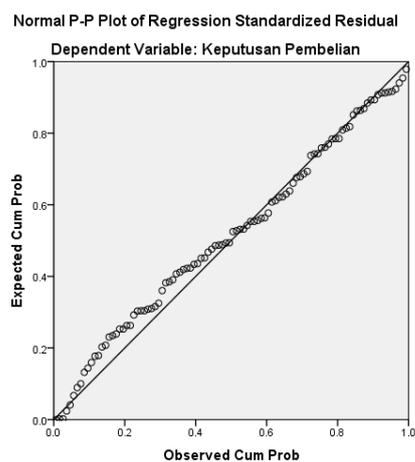
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.65669247
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.077
	Positive	.044
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.149 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Berdasarkan uji *Kolmogorov Smirnov* pada Tabel 4.26 diperoleh bahwa nilai Signifikansi variabel Y (0,149) lebih besar  $> \alpha$  (0,05) dan juga terlihat bahwa pola P-P plot menunjukkan titik-titik

berada disekitaran garis regresi atau mengikuti garis regresi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel independent yang terdapat dalam model memiliki keterikatan satu sama lain.

Uji multikolinieritas akan mengukur tingkat keeratan hubungan/pengaruh antar variabel bebas dalam penelitian ini (Label Halal ( $X_1$ ), Kesadaran Diri ( $X_2$ ), Gaya Hidup ( $X_3$ )) melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ) (Sunyoto, 2012, hlm.131). Penelitian antar variabel dikatakan baik jika tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan pada nilai Tolerance dan nilai VIF, sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00
- 2) Dinyatakan terjadi gejala multikolinieritas jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 dan jika nilai VIF lebih besar dari 10,00

Berikut adalah hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini :

Tabel 4. 27 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Label Halal	.628	1.593
	Kesadaran Diri	.622	1.609
	Gaya Hidup	.987	1.013

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas menggunakan SPSS 23 diatas diketahui bahwa variabel Label Halal ( $X_1$ ) memiliki nilai tolerance  $0,628 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,593 < 10,00$  , variabel Kesadaran Diri ( $X_2$ ) memiliki nilai tolerance  $0,622 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1.609$ , variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ) memiliki nilai tolerance  $0,987 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1.013 < 10,00$ . Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinieritas karena hasil pengujian memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

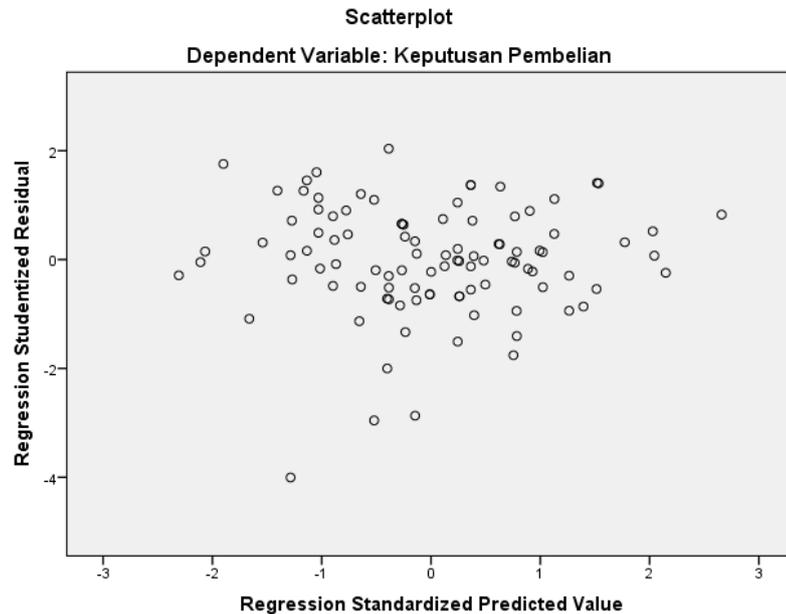
Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini ada 2 cara yaitu dengan melihat pola scatterplot dan menggunakan uji Spearman Rank dengan bantuan alat uji SPSS 23. Kriteria keputusan yang diambil jika melihat pola gambar scatterplot adalah jika titik menyebar di atas, dibawah dan disekitar angka 0 dan titik titik tidak mengumpul hanya di atas dan dibawah saja serta titik tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama / berbeda disebut terjadi heterokedastisitas (Sunnyoto, 2012, hlm.135).

Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk uji Spearman rho adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig. (2 – tailed) lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas
- 2) Sebaliknya Jika nilai Sig. (2 – tailed) lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas

Berikut adalah hasil pengujian heterokedastisitas dengan melihat pola Scatterplot dan uji Spearman Rank:



Gambar 4. 6 Pola Scatterplot

Dari gambar pola scatterplot diatas diketahui bahwa titik titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan menyebar acak tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Tabel 4. 28 Hasil Uji Heterokedastisitas

			Label Halal	Kesadaran Diri	Gaya Hidup	Unstandardized Residual
Spearma n's rho	Label Halal	Correlation Coefficient	1.000	.319**	-.107	.031
		Sig. (2-tailed)	.	.001	.287	.761
		N	100	100	100	100
Kesadaran Diri	Label Halal	Correlation Coefficient	.319**	1.000	-.121	.034
		Sig. (2-tailed)	.001	.	.229	.738
		N	100	100	100	100
Gaya Hidup	Label Halal	Correlation Coefficient	-.107	-.121	1.000	-.080
		Sig. (2-tailed)	.287	.229	.	.431
		N	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Label Halal	Correlation Coefficient	.031	.034	-.080	1.000
		Sig. (2-tailed)	.761	.738	.431	.
		N	100	100	100	100

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

Berdasarkan tabel dengan hasil pengujian Spearman Rho diperoleh nilai Sig. (2 – tailed) variabel Label Halal ( $X_1$ ) sebesar 0,761 > 0,05 , nilai Sig. (2 – tailed) variabel Kesadaran Diri ( $X_2$ ) sebesar 0,738 > 0,05 dan nilai Sig. (2 – tailed) variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ) sebesar 0,431 > 0,05. Dengan demikian tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model penelitian ini.

#### 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini yang akan dianalisis dari variabel independen yaitu label halal, kesadaran diri dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Berikut adalah hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini :

Tabel 4. 29 Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.751	5.585		1.925	.057
Label Halal	.005	.330	.001	.015	.988
Kesadaran Diri	.505	.303	.160	1.669	.098
Gaya Hidup	1.076	.122	.670	8.802	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

$$Y = 10,751 + 0,005 + 0,505 + 1.076 + e$$

Keterangan :

$a$  = Konstanta

$Y$  = Keputusan Pembelian

$X_1$  = Label Halal

$X_2$  = Kesadaran Diri

$X_3$  = Gaya Hidup

$e$  = Variabel error (diluar penelitian)

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 10,751 menunjukkan jika variabel Label Halal ( $X_1$ ), Kesadaran Diri ( $X_2$ ) dan Gaya Hidup ( $X_3$ ) bernilai 0 (nol) maka keputusan pembelian terhadap produk makanan impor sebesar 10,751.
- b. Nilai koefisien regresi Label Halal ( $X_1$ ) sebesar 0,005 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ), jika variabel Label Halal ( $X_1$ ) naik 1% maka Keputusan Pembelian ( $Y$ ) konsumen terhadap produk makanan impor naik sebesar 0,005. Sebaliknya jika variabel Label Halal ( $X_1$ ) berkurang 1 % maka Keputusan Pembelian ( $Y$ ) konsumen terhadap produk makanan impor turun sebesar 0,005.
- c. Nilai koefisien regresi Kesadaran Diri ( $X_2$ ) sebesar 0,505 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ), jika variabel Kesadaran Diri ( $X_2$ ) naik 1% maka

Keputusan Pembelian (Y) konsumen terhadap produk makanan impor naik sebesar 0,505. Sebaliknya jika variabel Kesadaran Diri ( $X_2$ ) berkurang 1 % maka Keputusan Pembelian (Y) konsumen terhadap produk makanan impor turun sebesar 0,505.

- d. Nilai koefisien regresi Gaya Hidup ( $X_3$ ) sebesar 1,076 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), jika variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ) naik 1% maka Keputusan Pembelian (Y) konsumen terhadap produk makanan impor naik sebesar 1,076. Sebaliknya jika variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ) berkurang 1 % maka Keputusan Pembelian (Y) konsumen terhadap produk makanan impor turun sebesar 1,076.

#### 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Adalah untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel independen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, semakin tinggi nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berarti semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hlm.111-113).

Berikut adalah hasil koefisien determinasi dari pengujian menggunakan SPSS 23:

Tabel 4. 30 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 <sup>a</sup>	.451	.434	4.729

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Label Halal, Kesadaran Diri

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,451. Nilai R Square 0,451 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu  $0,671 \times 0,671 = 0,451$ . Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,451 atau sama dengan 45,1%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 45,1\% = 54,9\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Adalah untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel independen dalam penelitian ini yaitu Label Halal ( $X_1$ ), Kesadaran Diri ( $X_2$ ), Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap variabel Dependen Keputusan Pembelian (Y). Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji parsial (uji T) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai t hitung sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai Sig < 0,05 dan jika nilai t hitung > t tabel
- 2) Dinyatakan tidak berpengaruh signifikan jika nilai Sig > 0,05 dan jika nilai t hitung < t tabel

Berikut ini adalah hasil pengujian uji T :

Tabel 4. 31 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.751	5.585		1.925	.057
Label Halal	.005	.330	.001	.015	.988
Kesadaran Diri	.505	.303	.160	1.669	.098
Gaya Hidup	1.076	.122	.670	8.802	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan output diatas diketahui nilai t hitung variabel label halal, kesadaran diri dan gaya hidup adalah 1,984. Diperoleh dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

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

$$T \text{ Tabel} = ( 0,025 ; 96 ) = 1,984 \text{ (dilihat pada T tabel)}$$

Keterangan :

n = Banyaknya observasi dalam kurun waktu data.

k = Banyaknya variabel (bebas dan terikat).

$\alpha$  = Alpha dari 0,05

#### 1) Pengujian hipotesis label halal

H<sub>0</sub> : Secara parsial Label Halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

H<sub>1</sub> : Secara parsial Label Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa nilai Sig variabel label halal ( $X_1$ ) sebesar  $0,988 > 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $0,015 <$  dari t tabel 1,984 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak yang berarti secara parsial variabel label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin.

2) Pengujian hipotesis kesadaran diri

$H_0$  : Secara parsial kesadaran diri tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

$H_1$  : Secara parsial kesadaran diri berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa nilai Sig variabel kesadaran diri ( $X_2$ ) sebesar  $0,098 > 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $1,669 <$  dari t tabel 1,984 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak yang berarti secara parsial variabel kesadaran diri tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin.

3) Pengujian hipotesis gaya hidup

$H_0$  : Secara parsial gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

$H_1$  : Secara parsial gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa nilai Sig variabel gaya hidup ( $X_3$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $8,802 >$  dari t tabel  $1,984$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_1$  diterima yang berarti secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin.

b. Uji F (Uji Simultan)

Adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah  $0,05$ . Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hlm.113).

Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji simultan (uji F) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai t hitung sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai Sig  $< 0,05$  dan jika nilai F hitung  $> F$  tabel
- 2) Dinyatakan tidak berpengaruh signifikan jika nilai Sig  $> 0,05$  dan jika nilai F hitung  $< F$  tabel

Dalam penelitian ini berikut adalah hipotesis yang ingin dibuktikan

:

H0 : Secara simultan Label Halal, Kesadaran Diri dan Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

H1 : Secara simultan Label Halal, Kesadaran Diri dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

Tabel 4. 32 Hasil Uji Simultan F (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1761.956	3	587.319	26.264	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2146.794	96	22.362		
	Total	3908.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Label Halal, Kesadaran Diri

Berdasarkan output diatas diketahui nilai f hitung variabel kualitas layanan, harga dan promosi adalah 2,70. Diperoleh dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$F \text{ Tabel} = 3 ; 100 - 3$$

$$F \text{ Tabel} = 3 ; 97$$

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

Keterangan :

k = jumlah variabel x

n = jumlah responden

Berdasarkan hasil output SPSS diatas diketahui bahwa nilai F hitung sebesar  $26,264 > F$  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, Kesadaran Diri dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin.

## **B. Analisis Data**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas tentang “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Diri dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Di Kota Banjarmasin” di peroleh hasil sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk makanan impor di Kota Banjarmasin**

Bedasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Label Halal ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian produk makanan impor yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Label Halal ( $X_1$ ) sebesar  $0,988 > 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $0,015 <$  dari t tabel  $1,984$  dan dari hasil perhitungan pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian hanya sebesar  $0,01\%$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak yang berarti secara parsial variabel label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin. Yang artinya bahwa ketika variabel label halal ditingkatkan sebesar satu kali, maka variabel keputusan pembelian tidak memiliki dampak yang signifikan.

Label halal dinilai sebagai pembawa informasi yang akurat untuk mengetahui apakah produk yang dihasilkan benar kehalalannya bahwa

produk makanan tersebut telah melewati proses uji kehalalan oleh badan yang berwenang yaitu BPJPH beserta MUI. Unsur-unsur yang terdapat dalam label halal seperti gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan yang melekat pada kemasan, telah mempermudah konsumen untuk mengetahui kehalalan suatu produk

Pada kasus ini, label halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor. Hal ini tentu tidak selaras dengan teori yang ada. Label halal seharusnya menjadi kebutuhan utama dalam keputusan pembelian suatu produk makanan. 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.

Sehingga hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa dikarenakan negara Indonesia dengan mayoritas Muslim, sudah dapat dipastikan bahwa produk yang beredar di pasaran banyak yang telah disertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia. Sehingga konsumen tidak lagi hati-hati untuk memeriksa label halal sebagai acuan bahwa produk yang mereka beli benar-benar halal. Mereka merasa bahwa produk yang beredar sudah seharusnya halal karena berada di negara yang mayoritas penduduknya Muslim.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani (2021) yang berjudul “Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Impor (Pada Masyarakat Muslim Metro)”, menunjukkan bahwa variabel label halal secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 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 Kesadaran Diri terhadap Keputusan Pembelian Produk makanan impor di Kota Banjarmasin

Bedasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Kesadaran Diri ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian produk makanan impor yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Kesadaran Diri ( $X_2$ ) sebesar  $0,098 > 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $1,669 <$  dari t tabel  $1,984$  dan dari hasil perhitungan pengaruh kesadaran diri terhadap keputusan pembelian hanya sebesar  $3,1\%$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak yang berarti secara parsial variabel kesadaran diri tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin. Artinya tingkat kesadaran konsumen yang semakin baik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor.

Kesadaran merupakan sebuah bentuk pemahaman atau pengetahuan seseorang terhadap suatu hal dengan situasi tertentu. Kesadaran konsumen terhadap produk yang nantinya menjadi titik awal dari rangkaian perilaku

konsumen. Hal ini karena kesadaran merupakan proses pertama dalam keputusan pembelian, dimana sebelum melakukan pembelian akan ada kesadaran konsumen untuk memenuhi apa yang dibutuhkan. Sehingga kesadaran seorang konsumen menjadi salah satu aspek penting dalam mempengaruhi preferensi konsumen terhadap sebuah produk.

Sebagaimana paparan di atas, setelah dilakukan perhitungan dan analisa data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran diri secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan impor. Hal tersebut dikarenakan masyarakat kota Banjarmasin sadar terhadap produk makanan halal tetapi hal tersebut tidak selalu dipraktekan dalam mengkonsumsi produk makanan impor. Konsumen lebih memilih membeli produk yang sering mereka beli tanpa mempertimbangkan hal lain karena dirasa produk tersebut dapat dipercayai oleh mereka. Dampaknya adalah apabila hal tersebut terus terjadi akan tetap banyak produsen yang tidak sadar terhadap produk makanan yang mereka sediakan padahal kesadaran baik dari konsumen maupun produsen merupakan indikator penting untuk berjalannya sebuah aktivitas ekonomi khususnya produk makanan halal yang lebih baik, terjamin dan sesuai ajaran agama Islam.

Dan juga kurangnya pengetahuan responden mengenai halal suatu makanan dari segi semua bahan baku utama yang dipakai apakah sudah terjamin kehalalannya, apakah menggunakan bahan pelengkap yang diharamkan dalam Islam seperti arak dan minyak babi, peralatan masak

yang digunakan terbebas dari unsur haram, semua tahapan pengolahan makanan dan minuman sesuai dengan standar proses pengolahan makanan halal, serta kebersihan tempat dan proses pengolahan makanan ataupun minuman juga apakah sudah terjamin kebersihannya. Hal tersebut harus konsumen perhatikan sebelum melakukan keputusan pembelian karena mereka meyakini bahwa Islam telah mengatur segala hal yang berkaitan dengan kehidupan manusia termasuk apa yang boleh dikonsumsi dan tidak. Konsumen mengetahui di dalam Agama Islam hanya boleh mengonsumsi sesuatu yang halal dan thoyyib saja.

Hasil penelitian ini didukung atau serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Hasbi (2019) dengan judul “Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung” yang memperlihatkan jika kesadaran tidak mempengaruhi minat dikarenakan perilaku konsumen di Indonesia lebih didorong oleh kondisi afektif (religiusitas) daripada kondisi kognitif. Tingkat kesadaran halal masyarakat bisa dibilang rendah sehingga tidak menjadi bagian dari penentu mereka untuk mengambil keputusan ekonomi. Penelitian lain yang dilakukan Laroibafih (2020) yang berjudul “Tingkat Kesadaran Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Terkait Penggunaan Label Halal dalam Pembelian Makanan Ringan di Toko Wilayah Kota Malang” yang memperlihatkan jika kesadaran tidak berpengaruh terhadap minat beli dimana ditunjukkan dari sikap mahasiswa yang kebanyakan membeli makanan ringan hanya mempertimbangan dari sisi harga yang murah, enak

dan mempunyai kemasan yang bagus saja jadi agak kurang mempertimbangkan pengaruh yang akan muncul dari suatu produk makanan.

### 3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk makanan impor di Kota Banjarmasin

Bedasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian produk makanan impor yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $8,802 >$  dari t tabel 1,984 dan dari hasil perhitungan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 96,89% dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_1$  diterima yang berarti secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk makanan impor dapat dipengaruhi melalui variabel gaya hidup. Hal ini disebabkan karena gaya hidup merupakan pola hidup yang menggambarkan kegiatan, selera dan opini dari individu yang berhubungan dengan lingkungan di sekitarnya. Gaya hidup seorang konsumen merupakan bentuk dari keinginan konsumen yang sejalan dengan kondisi riil dalam perspektif sosial ekonominya. Sebagaimana dicontohkan, seseorang yang terbiasa dengan gaya hidup halal maka mereka akan cenderung memilih produk makanan yang telah terjamin kehalalannya. Bisa juga seseorang yang terbiasa dengan gaya hidup mewah,

mereka akan lebih cenderung memilih produk makanan yang bermerek terkenal. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup merupakan aspek penting yang harus diketahui oleh perusahaan atau pemasar untuk melakukan segmentasi pasar sasaran. Sehingga, jika tingkat gaya hidup mengalami peningkatan akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Adapun teori yang mendukung penelitian ini adalah menurut Kotler (2005), gaya hidup diartikan sebagai struktur kehidupan seseorang di dunia, yang dapat dilihat dari banyak aktivitas, minat dan opini.

Hasil penelitian ini didukung atau serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fika Hidayatul Maula (2022) yang berjudul “Pengaruh Halal Awareness, Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Preferensi Sebagai Variabel Intervening Di Kabupaten Lumajang” yang memperlihatkan jika gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi produk kosmetik di kabupaten Lumajang.

#### 4. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Diri, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk makanan impor di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil output SPSS di atas diketahui bahwa nilai F hitung sebesar  $26,264 > F$  tabel  $2,70$  dan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti Label Halal, Kesadaran Diri dan Gaya Hidup secara bersama-sama dengan signifikan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk

makanan impor di Kota Banjarmasin. Dilihat dari nilai koefisien determinasi (adjusted R square) adalah 0,451. Hal ini menjelaskan bahwa variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 45,1%. Sebesar 54,9% sisanya menjelaskan variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.