

BAB IV

LAPORAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Profil PT. Multi Sari Sedap

PT. Multi Sari Sedap merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur sejak tahun 1974 yang berlokasi di Jl. Anggrek No.30 Kota Bekasi Provinsi Jawa Barat. PT. Multi Sari Sedap juga memproduksi beberapa produk yaitu kecap manis, kecap asin, saus tomat dan saus sambal dengan merek Nasional.

Tekad kuat mengantarkan Anton Tanuwidjaya menjadi juragan kecap. Di bawah merek Kecap Nasional, bisnisnya bertahan hingga lebih dari tiga dasawarsa dan mampu bersaing dengan pemain besar lain. Omzetnya sampai Rp 40 miliar sebulan.

Anton merasa sangat bersyukur terhadap pencapaiannya saat ini dan tak pernah membayangkan bakal sukses sekarang. Sebab, saat mengawali usaha, dia hanya ingin hidupnya menjadi lebih baik. Maklum, pria yang hanya mengenyam pendidikan sampai tingkatan sekolah lanjutan tingkat pertama (SLTP) ini adalah perantau asal Kalimantan Barat (<https://peluangusaha.kontan.co.id/news/>)

2. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kota Banjarmasin adalah salah satu kota di Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kota Banjarmasin yang dijuluki sebagai kota Seribu Sungai ini memiliki wilayah seluas 98,46 Km² yang wilayahnya merupakan delta atau kepulauan yang terdiri dari sekitar 25 buah pulau kecil (delta) yang dipisahkan oleh sungai-sungai

antaranya Pulau Tatas, Pulau Kelayan, Pulau Rantauan Keliling, Pulau Insan dan lain-lain. Berdasarkan data BPS Kota Banjarmasin Tahun 2019 Kota Banjarmasin Memiliki penduduk sebanyak 700.870 jiwa dengan kepadatan 7.118,32 juta jiwa km².

Pada zaman Belanda, Banjarmasin menjadi pelabuhan masuk dan keluar bagi seluruh daerah aliran Sungai Barito dan merupakan pelabuhan transit untuk kapal-kapal yang datang dari Singapura dan Jawa, ke pantai Timur Kalimantan. Kawasan Banjarmasin awalnya merupakan sebuah perkampungan yang bernama “Banjarmasih” (terletak di bagian utara Banjarmasin).

Tahun 1606 pertama kali VOC-Belanda mengunjungi Banjarmasin, saat itu masih terletak di muara sungai Kuin. Tahun 1812 Inggris menduduki Banjarmasin dan menyerahkan kembali kepada Belanda tahun 1817. Tahun 1938, otonomi kota Banjarmasin ditingkatkan dengan Stads Gemeente Banjarmasin karena Banjarmasin sebagai ibukota Gouveremen Borneo.

Asal mula nama kota Banjarmasin berasal dari sejarah panjang kota Banjarmasin. Pada saat itu Banjarmasin masih dikenal dengan nama Banjarmasih. Sebutan itu diambil dari nama seorang patih yang sangat berjasa dalam pendirian kerajaan Banjar, yaitu Patih Masih, yang berasal dari desa Oloh Masih yang dalam bahasa Ngaju berarti orang melayu atau Kampung Orang Melayu. Setelah tahun 1664 sebutan itu berubah menjadi Bandjarmasin, dan pertengahan abad ke-19, sejak jaman Jepang kembali disebut Bandjarmasin atau dalam ejaan baru bahasa Indonesia menjadi Banjarmasin (Wikipedia diakses 01 januari 2021)

3. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, responden yang diambil adalah masyarakat atau konsumen yang pernah mengonsumsi langsung produk kecap nasional.

Kuesioner penelitian ini disebarikan pada 100 responden dengan menggunakan karakteristik responden diantaranya nama, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, jumlah konsumsi kecap perbulan, dan pengeluaran konsumsi perbulan.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Dari 100 responden dalam penelitian ini yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin perempuan berjumlah 100% karena peneliti lebih memfokuskan ke ibu rumah tangga.

Tabel 4. 1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Data Laki-Laki	0	0%
Perempuan	100	100%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Pengelompokan 100 responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan usia terbanyak adalah pada usia >40 tahun dengan persentase 55%. Usia 36-40 tahun dengan persentase 24%. Usia 26-30 Tahun dengan persentase 8%. Usia <25 tahun 8%. Dan jumlah responden terendah adalah responden dengan Usia 31-35 tahun dengan persentase 5%.

Tabel 4. 2**Data Responden berdasarkan usia**

Usia	F	%
< 25 Tahun	8	8%
26-30 Tahun	8	8%
31-35 Tahun	5	5%
36-40 Tahun	24	24%
> 40 Tahun	55	55%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

c. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pengelompokan responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan pendidikan terakhir SLTA sebanyak 41 responden dengan persentase 41%. Pendidikan sarjana 33 responden dengan persentase 33%. Pendidikan SLTP 11 responden dengan persentase 11%. Pendidikan akademik 8 responden dengan persentase 8% dan jumlah responden terendah yaitu responden dengan pendidikan terakhir SD dengan jumlah 7 responden dengan persentase 7%.

Tabel 4. 3**Data Responden berdasarkan pendidikan terakhir**

Pendidikan	F	%
SD	7	7%
SLTP	11	11%
SLTA	41	41%
AKADEMI	8	8%
SARJANA	32	33%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

d. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan ini dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang termasuk dalam jenis pekerjaan lain-lainya (guru, ibu rumah tangga, spg, pedagang, pengusaha) dengan jumlah responden sebanyak 48 orang dengan persentase 48%. Wiraswasta 23 responden dengan persentase 23%. PNS 13 responden dengan persentase 13% dan jumlah responden terendah terdapat pada karyawan dan pelajar/mahasiswa yang memiliki jumlah responden yang sama yaitu, karyawan 8 responden dengan persentase 8% dan pelajar/mahasiswa 8 responden dengan persentase 8%.

Tabel 4. 4

Data Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	F	%
PNS	13	13%
Karyawan	8	8%
Wiraswasta	23	23%
Pelajar/ Mahasiswa	8	8%
Lainnya	48	48%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

- e. Karakteristik responden berdasarkan rata-rata pengeluaran untuk konsumsi rumah tangga tiap bulan.

Pengelompokan responden berdasarkan rata-rata pengeluaran untuk konsumsi rumah tangga tiap bulan dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah konsumsi dengan nilai rata-rata Rp.1000.000,00-Rp.3000.000,00 dengan jumlah responden 57 orang

dengan persentase 57%. Konsumsi < Rp.1000.000,00 jumlah responden 23 dengan persentase 23%. Konsumsi Rp.3000.000,00-Rp.5000.000,00 jumlah responden 15 dengan persentase 15%. Dan jumlah responden terendah yaitu dengan rata-rata konsumsi >Rp.5000.000,00 jumlah responden 5 orang dengan persentase 5%.

Tabel 4. 5

Data responden berdasarkan Konsumsi Setiap Bulan

Konsumsi	F	%
< Rp. 1000.000,00	23	23%
Rp.1000.00,00-Rp.3000.000,00	57	57%
Rp.3000.00,00-Rp.5000.000,00	15	15%
> Rp. 5000.000,00	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

- f. Karakteristik responden berdasarkan pengguna kecap dirumah
- Pengelompokan berdasarkan siapa pengguna kecap dirumah dapat diketahui jumlah responden terbanyak adalah semua anggota keluarga (bapak, ibu, kakak, adik, kakek, nenek dll) dengan 88 responden dengan persentase 88%. Ibu 7 responden dengan persentase 7%. Anak 5 responden dengan persentase 5% dan jumlah responden terendah adalah bapak 0 responden dengan persentase 0%.

Tabel 4. 6

Data responden berdasarkan Pengguna Kecap dirumah

Pengguna	F	%
Bapak	0	0%
Ibu	7	7%
Anak	5	5%
Semua Anggota Keluarga	88	88%

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

g. Karakteristik responden berdasarkan Konsumsi kecap dalam satu bulan

Pengelompokan responden berdasarkan konsumsi kecap dalam satu bulan ini dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah konsumsi kecap dengan ukuran 1 botol besar, jumlah responden 45 responden dengan persentase 45%. 1 botol sedang 29 responden dengan presentase 29%. Lainnya (Sachet, jirigen) 14 responden dengan persentase 14% dan responden terendah adalah 1 botol kecil dengan 12 responden dan jumlah persentase 12%.

Tabel 4. 7

Data Responden berdasarkan Konsumsi Kecap dalam Satu Bulan

Konsumsi	F	%
1 Botol Kecil	12	12%
1 Botol Sedang	29	29%
1 Botol Besar	45	45%
Lainya	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Indikator Kualitas produk

Tabel 4. 8

Tanggapan responden membeli kecap nasional karena rasanya yang pas

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%

3	Netral	34	34%
4	Setuju	41	41%
5	Sangat Setuju	25	25%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa 25 responden (25%) menyatakan sangat setuju bahwa mereka membeli kecap nasional karena rasanya yang pas. Kemudian 41 responden (41%) menyatakan setuju dan 34 responden (34%) menyatakan netral. Berdasarkan data diatas dikatakan bahwa kecap nasional dapat laris terjual di pasaran karena memiliki rasa yang pas. Terbukti dari jawaban responden yang mengatakan setuju.

Tabel 4. 9
Tanggapan Responden membeli kecap nasional
karena aman dikonsumsi untuk semua usia

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	77	77%
4	Setuju	12	12%
5	Sangat Setuju	11	11%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa ada 11 responden (11%) yang mengatakan sangat setuju bahwa mereka membeli kecap nasional karena cocok dikonsumsi untuk semua usia. Kemudian 12 responden (12%) mengatakan setuju dan 77 responden (77%) mengatakan netral.

Tabel 4. 10
Tanggapan responden tentang membeli kecap nasional
karena warnanya hitam pekat

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Sejutu	0	3%
3	Netral	41	41%
4	Setuju	30	30%
5	Sangat Setuju	26	26%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa jawaban terbanyak responden adalah netral dengan 41 responden (41%). Kemudian 30 responden (30%) menjawab setuju dan 26 responden (26%) mengatakan sangat setuju.

Tabel 4. 11
Tanggapan responden tentang membeli kecap nasional
karena aromanya yang sedap

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Sejutu	1	1%
3	Netral	33	33%
4	Setuju	40	40%
5	Sangat Setuju	26	26%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel 4.11 responden terbanyak adalah yang mengatakan setuju dengan 40 responden (40%). Kemudian 33 responden (33%) menjawab netral. 26 responden (26%) mengatakan sangat setuju dan 1 responden (1%) mengatakan tidak setuju.

Tabel 4. 12
Tanggapan responden tentang membeli kecap nasional
karena dibuat dengan bahan alami

No	Alternatif Jawaban	F	%
----	--------------------	---	---

1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	45	45%
4	Setuju	26	26%
5	Sangat Setuju	28	28%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 responden terbanyak adalah yang menyatakan Netral dengan 45 responden (45%). Kemudian sangat setuju 28 responden (28%). Setuju 26 responden (26%) dan 1 responden (1%) mengatakan tidak setuju.

Tabel 4. 13
Tanggapan responden tentang membeli kecap nasional
karena rasanya yang gurih

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	25	25%
4	Setuju	38	38%
5	Sangat Setuju	36	36%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa jawaban terbanyak responden adalah setuju dengan 38 responden (38%). Dan 36 responden (36%) sangat setuju. 25 responden (25%) netral kemudian 1 responden (1%) tidak setuju.

Tabel 4. 14
Tanggapan responden tentang membeli kecap nasional
karena dibuat tanpa bahan pengawet yang membahayakan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%

2	Tidak Sejutu	0	0%
3	Netral	62	62%
4	Setuju	24	24%
5	Sangat Setuju	14	14%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa jawaban responden terbanyak adalah Netral dengan 62 responden (62%). 24 responden (24%) setuju dan yang terendah adalah 14 responden (14%) sangat setuju.

Tabel 4. 15
Tanggapan responden tentang membeli kecap nasional
karena dibuat dengan kacang kedelai pilihan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Sejutu	1	1%
3	Netral	29	29%
4	Setuju	38	38%
5	Sangat Setuju	32	32%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa responden terbanyak adalah setuju 38 responden (38). Kemudian 32 responden (32%) sangat setuju. 29 responden (29%) netral dan 1 responden (1%) menjawab tidak setuju.

b. Indikator Harga

Tabel 4. 16
Tanggapan responden tentang kecap nasional memiliki harga
yang sangat terjangkau

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%

2	Tidak Sejutu	1	1%
3	Netral	13	13%
4	Setuju	28	28%
5	Sangat Setuju	58	58%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui jumlah terbanyak jawaban responden adalah sangat setuju yaitu 58 responden (58%). Kemudian setuju 28 responden (28%). Netral 13 responden (13%) dan yang paling sedikit adalah tidak setuju dengan 1 responden (1%)

Tabel 4. 17
Tanggapan responden tentang kecap nasional memberikan harga miring namun dengan kualitas yang tidak kalah tinggi

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Sejutu	0	0%
3	Netral	14	14%
4	Setuju	38	38%
5	Sangat Setuju	48	48%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa jumlah terbanyak responden adalah sangat setuju dengan 48 responden (48%). Kemudian setuju 38 responden (38%). Dan 14 responden (14%) memilih Netral.

Tabel 4. 18
Tanggapan responden tentang harga kecap nasional dapat bersaing dengan harga produk lainnya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Sejutu	0	0%
3	Netral	16	16%
4	Setuju	40	40%

5	Sangat Setuju	44	44%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa jumlah jawaban responden terbanyak adalah sangat setuju dengan 44 responden (44%). Kemudian setuju 40 responden (40%) dan Netral 16 responden (16%).

Tabel 4. 19
Tanggapan responden tentang harga kecap nasional
sesuai dengan hasil yang di inginkan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	15	15%
4	Setuju	38	38%
5	Sangat Setuju	47	47%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa jawaban responden terbanyak adalah sangat setuju dengan 47 responden (47%). Kemudian 38 responden (38%) setuju. Dan 15 responden (15%) memilih netral.

c. Indikator Labelisasi halal

Tabel 4. 20
Tanggapan responden tentang dengan adanya label halal yang
dikeluarkan LPPOM-MUI, saya yakin bahwa pembuatan makanan
tersebut halal

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	9	9%
4	Setuju	28	28%
5	Sangat Setuju	63	63%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa jumlah jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju dengan jumlah 63 responden (63%). Kemudian 28 responden (28%) setuju. Dan 9 responden (9%) menjawab netral.

Tabel 4. 21
Tanggapan responden tentang dengan adanya label halal yang dikeluarkan LPPOM-MUI, saya yakin bahwa bahan baku pembuatan makanan tersebut halal

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	5	5%
4	Setuju	26	26%
5	Sangat Setuju	69	69%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju dengan jumlah 69 responden (69%). Kemudian 26 responden (26%) menjawab setuju. Dan 5 responden (5%) memilih netral

Tabel 4. 22
Tanggapan responden tentang produk berlogo halal melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	5	5%
4	Setuju	31	31%
5	Sangat Setuju	64	64%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju dengan jumlah 64 responden (64%). Kemudian 31 responden (31%) menjawab setuju. Dan 5 responden (5%) memilih netral.

Tabel 4. 23
Tanggapan responden tentang memilih produk yang berlogo halal dibandingkan produk yang tidak memiliki logo halal

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Sejutu	0	0%
3	Netral	8	8%
4	Setuju	16	16%
5	Sangat Setuju	76	76%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju dengan jumlah 76 responden (76%). Kemudian 16 responden (16%) menjawab setuju. Dan 8 responden (8%) memilih netral.

d. Indikator Keputusan pembelian

Tabel 4. 24
Tanggapan responden tentang membeli suatu produk karena kebutuhan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Sejutu	0	0%
3	Netral	6	6%
4	Setuju	27	27%
5	Sangat Setuju	67	67%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju dengan jumlah 67 responden (67%). Kemudian 27 responden (27%) menjawab setuju. Dan 6 responden (6%) memilih netral.

Tabel 4. 25
Tanggapan responden tentang membeli suatu produk karena harga dan kualitas barang bagus

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	9	9%
4	Setuju	36	36%
5	Sangat Setuju	55	55%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui bahwa jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju dengan jumlah 55 responden (55%). Kemudian 36 responden (36%) menjawab setuju. Dan 9 responden (9%) memilih netral.

Tabel 4. 26
Tanggapan responden tentang informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk tersebut

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	15	15%
4	Setuju	36	36%
5	Sangat Setuju	48	48%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.26 diketahui bahwa jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju dengan jumlah 48 responden (48%). Kemudian 36 responden (36%) menjawab setuju. Dan 15 responden (15%) memilih netral.

Tabel 4. 27
Tanggapan responden tentang kualitas produk, harga, dan jaminan halal adalah standar yang selalu saya pertimbangkan dalam suatu keputusan pembelian

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	6	6%
4	Setuju	27	27%
5	Sangat Setuju	65	65%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban terbanyak responden adalah sangat setuju dengan jumlah 65 responden (65%). Kemudian 27 responden (27%) menjawab setuju. Dan 6 responden (6%) memilih netral.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Juliandi dan Irfan (2013:79) Uji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Pengujian akan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 100 responden. r_{tabel} dapat diperoleh r *produc moment person* dengan df (*degree of freedom*) = $n-3$, jadi $df=100-3= 97$ maka $r_{\text{tabel}} = 0,1975$.

Berikut ini hasil dari uji validitas penelitian *pengaruh kualitas produk, harga dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kecap manis cap nasional*. Dengan bantuan SPSS.

Tabel 4. 28

Hasil uji validitas instrumen data

Variabel	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,785	0,1975	Valid
	X1.2	0,818	0,1975	Valid
	X1.3	0,619	0,1975	Valid
	X1.4	0,789	0,1975	Valid
	X1.5	0,824	0,1975	Valid
	X1.6	0,833	0,1975	Valid
	X1.7	0,828	0,1975	Valid
	X1.8	0,740	0,1975	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,851	0,1975	Valid
	X2.2	0,950	0,1975	Valid
	X2.3	0,959	0,1975	Valid
	X2.4	0,921	0,1975	Valid
Labelisasi Halal (X3)	X3.1	0,957	0,1975	Valid
	X3.2	0,942	0,1975	Valid
	X3.3	0,953	0,1975	Valid
	X3.4	0,929	0,1975	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,843	0,1975	Valid
	Y.2	0,958	0,1975	Valid
	Y.3	0,874	0,1975	Valid
	Y.4	0,889	0,1975	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Dari tabel hasil uji validitas instrumen data diatas dapat dilihat bahwa $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Uji Reliabilitas

dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variable. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*.

Berikut ini hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4. 29

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk	0,918	0,60	Reliable
Harga	0,940	0,60	Reliable
Labelisasi Halal	0,960	0,60	Reliable
Keputusan Pembelian	0,900	0,60	Reliable

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Dari hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel lebih dari 0,60 maka instrumen penelitian dapat dinyatakan *Reliable*.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Juliandi, 2013:169). Pengambilan keputusan uji normalitas adalah jika $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika $\text{sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal (Wiratna, 2014. Hal 55-52)

Tabel 4. 30

Hasil Uji Normalitas dengan cara Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,42962052
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,061
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,061 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Dari hasil Uji Normalitas pada tabel diatas diketahui nilai residual signifikansi *Kolmogorof-Smirnov* adalah 0,061 dimana nilai tersebut < 0,05 (sig > 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolenearitas.

Uji Multikolenearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen (Juliandi, 2013:170). Uji multikolenearitas pada penelitian ini dilakukan dengan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolenearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance inflation Factor*) dan *Tolerance*-nya.

Tabel 4. 31
Hasil Uji Multikolenearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,533	1,431		3,866	,000		
KUALITAS PRODUK	-,052	,041	-,105	-1,276	,205	,734	1,362
HARGA	,458	,078	,531	5,845	,000	,605	1,652
LABELISASI HALAL	,327	,086	,333	3,802	,000	,649	1,541

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel diatas uji multikolenearitas dapat dilihat dari kualitas produk 0,734. Harga 0,605 dan labelisasi halal 0,649 yang nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolenearitas dan nilai *variance inflation factot* (VIF) pada Kualitas produk 1,362. Harga 1,652 dan labelisasi halal 1,541 lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolenearitas.

c. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kolerasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson diandingkan dengan tabel Durbin Watson (dL dan dU). Moel pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin Watson (uji Dw) dengan ketentuan :

- 1) Jika DW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka hipotesis nol yang berarti terdapat autokorelasi
- 2) Jika DW terletak antara dU dan (4-dU) maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi

- 3) Jika DW terletak antara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak akan menghasilkan kesimpulan pasti.

Tabel 4. 32
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,719 ^a	,517	,501	1,43294	1,915

a. Predictors: (Constant), LAG_X3, LAG_X1, LAG_X2

b. Dependent Variable: LAG_Y

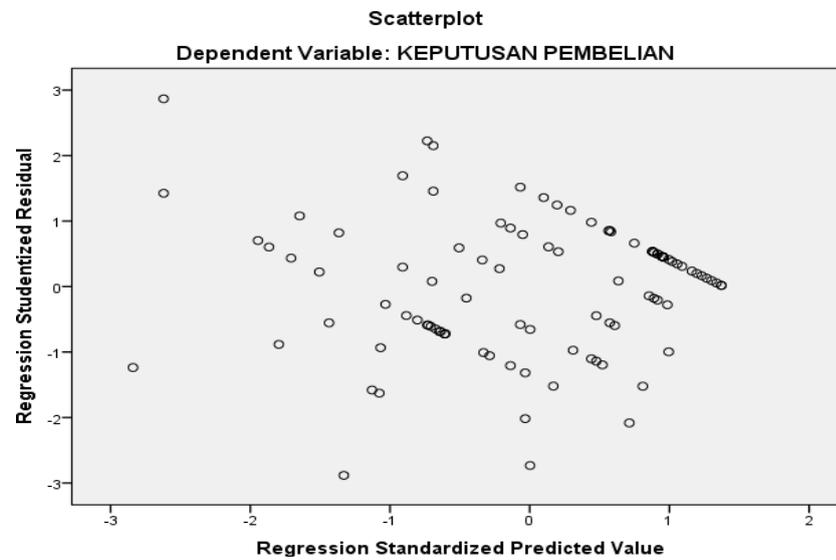
Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dalam tabel diatas, diperoleh nilai DW sebesar 1,915. Nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah sampel (n) 100 dan jumlah K = 3 . maka diperoleh nilai dU 1,7364 dan nilai dL 1,6131 dan nilai (4-dU) sebesar 2,2636. Jadi disimpulkan dalam penelitian ini bahwa nilai DW (1,915) terletak diantara nilai dU (1,7364) dan (4-dU) (2,2636), yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan yang lain. Jika residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas (Juliandi, 2013:171).

Gambar 4. 1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Dari gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa titik-titik yang acak pada gambar tersebut tidak menunjukkan pola apapun, yang artinya tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi ini.

4. Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 33

Koefisien analisis Linier berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,533	1,431		3,866	,000
KUALITAS PRODUK	-,052	,041	-,105	-1,276	,205
HARGA	,458	,078	,531	5,845	,000
LABELISASI HALAL	,327	,086	,333	3,802	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Pada tabel 4.33 di atas, maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terkait (*dependent*) dengan memasukan nilai koefisien regresi linier berganda ke dalam bentuk persamaan.

$$Y = 5,533 + (-0,052) + 0,458 + 0,327$$

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar 5,533 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan dari variabel kualitas produk (X1), Harga (X2), dan Labelisasi halal (X3), maka keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 5,533

b. Kualitas Produk

Nilai koefisien X_1 sebesar -0,052 dari tanda negatif tersebut menunjukkan hubungan yang tidak searah. Maka hal ini setiap terjadi keputusan pembelian (Y) akan turun -0,052 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.

c. Harga

Nilai Koefisien X_2 sebesar 0,458 dari tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang tidak searah. Maka hal ini berarti setiap terjadi keputusan pembelian (Y), akan naik 0,458 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.

d. Labelisasi halal

Nilai Koefisien X_3 sebesar 0,327 dari tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang tidak searah. Maka hal ini berarti setiap

terjadi keputusan pembelian (Y), akan naik 0,327 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.

5. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 34
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 ^a	,521	,506	1,452

a. Predictors: (Constant), LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK, HARGA

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Pada tabel 4.34 diatas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi R antara kualitas produk, harga dan labelisasi halal sebesar 0,722 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait yang disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil dari kuadrat R. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi R square adalah 0,521 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas produk, harga dan labelisasi halal) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) adalah sebesar 52,1%. Sedangkan sisanya, $(100-52,1\% = 47,9\%)$ dijelaskan oleh variabel lain luar model yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi R square sebesar 0,521 (52,1%) mengandung arti tingkat pengaruh dari kualitas produk, harga dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara perial. Maka pengujian ini dapat dilihat dari penerimaan/penolakan hipotesis dengan titik signifikan.

Tabel 4. 35

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,533	1,431		3,866	,000
KUALITAS PRODUK	-,052	,041	-,105	-1,276	,205
HARGA	,458	,078	,531	5,845	,000
LABELISASI HALAL	,327	,086	,333	3,802	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Dilihat dari tabel 4.35 menunjukkan bahwa hasil uji t yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk, harga dan labelisasi halal maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,98498. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa:

1) Kualitas produk (X1)

Hasil dari uji t dilihat dari tabel diatas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dari variabel kualitas produk diperoleh dari t_{hitung} (-1,276) lebih kecil dari t_{tabel} 1,98498 dengan signifikansi 0,205. Berdasarkan hasil tersebut variabel pada kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

2) Harga (X2)

Hasil dari uji t dilihat dari tabel diatas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dari variabel kualitas produk diperoleh dari

t_{hitung} (5,845) lebih besar dari t_{tabel} 1,98498 dengan signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil tersebut variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

3) Labelisasi Halal (X3)

Hasil dari uji t dilihat dari tabel diatas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dari variabel kualitas produk diperoleh dari t_{hitung} (3,802) lebih besar dari t_{tabel} 1,98498 dengan signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil tersebut variabel Labelisasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas (X) memiliki pengaruh signifikan secara bersamaan terhadap variabel terikat (Y). Uji F biasa dilakukan dengan dua cara yaitu melihat tingkat signifikan atau dengan membandingkan F hitung dengan F table.

Tabel 4. 36
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	220,172	3	73,391	34,821	,000 ^b
	Residual	202,338	96	2,108		
	Total	422,510	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK, HARGA

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.35 menunjukkan hasil uji f yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk (X1), Harga (X2), dan Labelisasi halal (X3), terhadap keputusan pembelian (Y). Maka

diperoleh dari nilai F_{hitung} sebesar $34,821 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000$, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} 34,821 < F_{tabel} 2,70$ dengan signifikansi $0,05 < 0,003$, bahwa Kualitas produk (X1), harga (X2), dan labelisasi halal (X3) terdapat pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian tentang “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kecap manis cap nasional*” dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai nilai $T_{hitung} (-1,276)$ lebih kecil dari $t_{tabel} 1,98498$ dengan signifikansi $0,205$. Sehingga dapat diartikan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, yang berarti variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang baik dalam pandangan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk, akan tetapi disisi lain keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, misalnya : Harga, label halal, pengetahuan produk, kemasan produk, promosi, atau iklan yang diharapkan dapat meningkatkan *Branding* dan keunggulan bagi produk pesaing. Pada dasarnya kualitas juga merupakan janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan seluruh manfaat dan ciri-ciri produk tertentu kepada konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang di ditawarkan oleh kecap nasional belum sesuai dengan

harapan konsumen, sehingga beberapa teori yang dinyatakan oleh para ahli tersebut bertolak belakang dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh kecap nasional, sehingga keputusan pembelian konsumen menjadi menurun. Hasil dari penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ragil Intan Pratiwi (2018) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_2) mempunyai nilai T_{hitung} (5,845) lebih besar dari t_{tabel} 1,98498 dengan signifikansi 0,000. Sehingga dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut disebabkan karena kebanyakan responden menganggap bahwa sebelum melakukan keputusan pembelian untuk membeli produk kecap, konsumen terlebih dahulu melihat harganya. Harga suatu produk merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen untuk menentukan produk yang akan dikonsumsinya. Harga memiliki pengaruh yang besar mengenai posisi pesaing perusahaan dan target pasarnya, hal tersebut dikarenakan harga dapat menentukan pendapatan bagi perusahaan dan laba bersih. Konsumen memandang harga sebagai persepsi tingkatan baik atau buruknya suatu kualitas produk, terlebih jika konsumen harus mengambil keputusan pembelian dengan informasi yang kurang memadai. Hasil dari penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ula Rohmah Royani (2018) yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

3. Pengaruh Labelisasi halal terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Labelisasi Halal (X3) mempunyai nilai T_{hitung} (3,802) lebih besar dari t_{tabel} 1,98498 dengan signifikansi 0,000. Sehingga dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Suatu produk yang sudah memiliki label halal bukan hanya dilihat dari cara pengemasan dan pendistribusianya saja akan tetapi dapat juga dilihat dari kandungan yang terdapat dalam komposisi bahan dan proses pembuatan yang digunakan untuk pembuatan produk tersebut, hal tersebut bertujuan untuk menginformasikan kepada konsumen dan untuk meyakinkan bahwa produk yang akan dipasarkan merupakan produk yang halal, sehingga label halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Mengonsumsi produk halal merupakan anjuran yang terdapat dalam kitab suci umat islam dan merupakan perintah langsung dari Allah, yang diperuntukan untuk manusia sendiri. Informasi tentang halal pada produk yang dipasarkan terutama di indonesia memiliki arti yang sangat penting, yang bertujuan untuk melindungi masyarakat yang beragam islam agar dapat terhindar dari mengonsumsi produk yang tidak halal atau Syubhat. Dengan menerapkan standar halal dapat membuat produk mempunyai standar kualitas yang jelas, dan dapat memberikan nilai plus yang lebih kepada konsumen, produk yang sudah memiliki jaminan halal secara langsung membuat konsumen yakin. Hal tersebut karena sudah tidak ada keraguan lagi di mata konsumen, apakah bahan baku dan proses produksi produk tersebut tidak dilakukan dengan benar. Label halal di indonesia berada dalam naungan pengawasan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Hasil dari penelitian ini konsisten

dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Hanak Malisa (2019) yang menyatakan bahwa Labelisasi Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.