

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini sebanyak 60 orang pelanggan Catering Bunda Pelaihari. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut.

1. Usia Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, komposisi usia responden yang merupakan pelanggan Catering Bunda Pelaihari dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	21 – 25	10	16,67
2.	26 – 30	12	20,00
3.	31 – 35	11	18,33
4.	36 – 40	5	8,33
5.	41 – 45	16	26,67
6.	46 – 50	4	6,67
7.	51 – 56	2	3,33
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa sebagian besar Pelanggan Catering Bunda Pelaihari yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berusia antara 41 - 45 tahun (16%). Namun jika dilihat dari sebaran usia pelanggan, maka bisa disimpulkan bahwa umumnya pelanggan Pelanggan Catering Bunda Pelaihari adalah orang-orang yang sudah masuk kategori dewasa yang sudah mampu membuat keputusan sendiri.

2. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, jenis kelamin Pelanggan Catering Bunda Pelaihari yang terpilih menjadi responden diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4. 2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	38	63,33
2.	Laki-laki	22	36,67
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar Pelanggan Catering Bunda Pelaihari adalah perempuan (63,33%).

3. Pekerjaan

Berikut ini disajikan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan responden yang dikategorikan ke dalam 6 (enam) kategori yaitu:

Tabel 4. 3.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS	11	18,33
2.	Karyawan Swasta	13	21,67
3.	Karyawan BUMN/BUMD	15	25,00
4.	TNI / Polri	10	16,67
5.	Mahasiswa / Pelajar	5	8,33
6.	Lain-Lain	6	10,00
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai Karyawan BUMN/BUMD yaitu 25%.

Hal ini berarti bahwa sebagian besar Pelanggan Catering Bunda Pelaihari adalah berstatus sebagai karyawan BUMN/BUMD yang memiliki penghasilan tetap.

4. Pendidikan Terakhir

Berikut ini pendidikan terakhir Pelanggan Catering Bunda Pelaihari:

Tabel 4. 4.
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	5	8,33
2.	SMP	9	15,00
3.	SMA	11	18,33
4.	Diploma	10	16,67
5.	S1	16	26,67
6.	S2	9	15,00
7.	S3	0	0,0
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan S1 yaitu, 26,67%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar Pelanggan Catering Bunda Pelaihari adalah orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan sebagai sarjana S1 dan tergolong berpendidikan tinggi.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* yang operasionalnya

menggunakan bantuan aplikasi *SPSS for windows* versi 27. Item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Adapun r tabel yang ditentukan dalam uji validitas penelitian ini adalah sebesar 0,250. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Bauran Pemasaran (X1)	x1.1	0,490	0,250	Valid
2.		x1.2	0,655	0,250	Valid
3.		x1.3	0,520	0,250	Valid
4.		x1.4	0,409	0,250	Valid
5.		x1.5	0,544	0,250	Valid
6.		x1.6	0,579	0,250	Valid
7.		x1.7	0,430	0,250	Valid
8.		x1.8	0,459	0,250	Valid
9.		x1.9	0,534	0,250	Valid
10.		x1.10	0,672	0,250	Valid
11.	Label Halal (X2)	x2.1	0,859	0,250	Valid
12.		x2.2	0,533	0,250	Valid
13.		x2.3	0,541	0,250	Valid
14.		x2.4	0,799	0,250	Valid
15.		x2.5	0,867	0,250	Valid
16.		x2.6	0,641	0,250	Valid
17.		x2.7	0,828	0,250	Valid
18.		x2.8	0,505	0,250	Valid
19.	Keputusan Pembelian (Y)	y.1	0,497	0,250	Valid
20.		y.2	0,329	0,250	Valid
21.		y.3	0,848	0,250	Valid
22.		y.4	0,532	0,250	Valid
23.		y.5	0,880	0,250	Valid
24.		y.6	0,707	0,250	Valid
25.		y.7	0,415	0,250	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada kuesioner memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada nilai r_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas item terhadap variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno D. , 2017, hal. 98). Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Bauran Pemasaran (X1)	0,830	Reliabel
2.	Label Halal (X2)	0,881	Reliabel
4.	Keputusan pembelian (Y)	0,837	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4. dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 dimana untuk variabel Bauran

Pemasaran (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,830, variabel Label Halal (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,881, variabel Keputusan pembelian (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,837. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur bauran pemasaran dan label halal dan Keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari.

2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

a. Deskriptif Statistik Variabel Ikatan Emosi

Bauran pemasaran adalah proses penggabungan dalam strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing perusahaan yang terstandarisasi dengan produk, harga yang rendah, promosi dan saluran distribusi (Kotler & Keller, 2016, hlm. 202). Bauran Pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bauran Pemasaran yang diterapkan oleh Catering bunda Pelaihari.. Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel bauran pemasaran dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Menu Makanan yang ditawarkan adalah favorit saya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 7
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Menu Makanan yang ditawarkan adalah favorit saya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	16	26,7
2.	Setuju	40	66,7
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 26,7%, setuju sebesar 66,7%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Makanan yang ditawarkan kepada saya terjamin kehalalannya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 8
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Makanan yang ditawarkan kepada saya terjamin kehalalannya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	33	55,0
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%,

setuju sebesar 55%, cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Makanan yang ditawarkan kepada saya terjamin kebersihannya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 9
Jawaban responden terhadap pernyataan “Makanan yang ditawarkan kepada saya terjamin kebersihannya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	11	18,3
2.	Setuju	41	68,3
3.	Cukup Setuju	8	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 18,3%, setuju sebesar 68,3%, cukup setuju sebesar 13,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Harga Makanan variatif”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10
Jawaban responden terhadap pernyataan “Harga Makanan variatif”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	17	28,3
2.	Setuju	22	36,7
3.	Cukup Setuju	21	35,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,3%, setuju sebesar 36,7%, cukup setuju sebesar 35%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Ada harga khusus untuk yang sudah berlangganan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 11
Jawaban responden terhadap pernyataan “Ada harga khusus untuk yang sudah berlangganan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	19	31,7
2.	Setuju	39	65,0
3.	Cukup Setuju	2	3,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,7%,

setuju sebesar 65%, cukup setuju sebesar 3,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Harga Makanan terjangkau”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 12
Jawaban responden terhadap pernyataan ”Harga Makanan terjangkau”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	19	31,7
2.	Setuju	33	55,0
3.	Cukup Setuju	8	13,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.12 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,7%, setuju sebesar 55%, cukup setuju sebesar 13,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Mendapatkan informasi mengenai Catering Bunda melalui media sosial”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 13
Jawaban responden terhadap pernyataan “Mendapatkan informasi mengenai Catering Bunda melalui media sosial”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	12	20,0
2.	Setuju	41	68,3
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 20%, setuju sebesar 68,3%, cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Pembelian dengan jumlah banyak mendapatkan diskon”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 14
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Pembelian dengan jumlah banyak mendapatkan diskon”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	16	26,7
2.	Setuju	23	38,3
3.	Cukup Setuju	21	35,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.14 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 26,7%,

setuju sebesar 38,3%, cukup setuju sebesar 35%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “Pesanan langsung diantarkan kepada konsumen”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 15
Jawaban responden terhadap pernyataan “Pesanan langsung diantarkan kepada konsumen”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	19	31,7
2.	Setuju	40	66,7
3.	Cukup Setuju	1	1,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,7%, setuju sebesar 66,7%, cukup setuju sebesar 1,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “Pesanan diantarkan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 16
Jawaban responden terhadap pernyataan “Pesanan diantarkan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	33	55,0
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 55%, cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

b. Deskriptif Statistik Variabel Label Halal

Label halal merupakan keterangan yang menyatakan bahwa produk makanan yang dipasarkan oleh sebuah perusahaan terjamin kehalalannya dan dibuktikan dengan sertifikat halal. Indikator labelisasi halal yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengadopsi pendapat Mahwiyah (2010: 48) yang terdiri dari pengetahuan, kepercayaan, dan penilaian terhadap labelisasi halal. Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel label halal dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Saya bisa melihat label halal dengan jelas”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 17
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya bisa melihat label halal dengan jelas”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	19	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.17 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Saya mengetahui informasi label halal dari LPOM MUI”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 18
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mengetahui informasi label halal dari LPOM MUI”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	17	28,3
2.	Setuju	33	55,0
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.18 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,3%,

setuju sebesar 55%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Saya dengan jelas melihat simbol halal di rumah Makan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 19
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya dengan jelas melihat simbol halal di rumah Makan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	17	28,3
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	12	20,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.19 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,3%, setuju sebesar 51,7%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Saya melihat adanya tanda halal di daftar menu”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 20
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya melihat adanya tanda halal di daftar menu”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	16	26,7
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	14	23,3
4.	Tidak Setuju	1	1,7
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.20 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 26,7%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 23,3%, untuk jawaban tidak setuju hanya 1,7% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Saya percaya bahwa Makanan terbuat dari bahan yang halal”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 21
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya percaya bahwa Makanan terbuat dari bahan yang halal”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.21 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju

sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Saya percaya karena adanya jaminan kehalalan Makanan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 22
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya percaya karena adanya jaminan kehalalan Makanan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.22 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 51,7%, cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Catering memberikan jaminan bebas dari bahan haram”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 23
Jawaban responden terhadap pernyataan “Catering memberikan jaminan bebas dari bahan haram”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	19	31,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.23 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,7%, setuju sebesar 46,7%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Labelisasi halal yang ditampilkan catering menunjukkan kualitas produk”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 24
Jawaban responden terhadap pernyataan “Labelisasi halal yang ditampilkan catering menunjukkan kualitas produk”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	15	25,0
2.	Setuju	36	60,0
3.	Cukup Setuju	9	15,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.24 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 25%, setuju

sebesar 60%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

c. Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian

Para konsumen dalam proses keputusan pembelian akan melewati lima tahap: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler & Keller, 2016, hlm. 213). Namun para konsumen tidak selalu melewati seluruh lima urutan tahap ketika membeli produk. Mereka bisa melewati atau membalik beberapa tahap (Kotler & Keller, 2016, hlm. 217). Dalam penelitian ini, yang dimaksud keputusan pembelian adalah perhatian, kesukaan, atau keinginan untuk melakukan pembelian di Catering bunda Pelaihari yang dilihat melalui indikator faktor budaya, faktor sosial dan pribadi. Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel keputusan pembelian pelanggan dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Sudah terbiasa berlangganan dengan catering”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 25
Jawaban responden terhadap pernyataan “Sudah terbiasa berlangganan dengan catering”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	35,0
2.	Setuju	36	60,0
3.	Cukup Setuju	3	5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.25 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Sudah terbiasa membeli Makanan jadi”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 26
Jawaban responden terhadap pernyataan “Sudah terbiasa membeli Makanan jadi”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	26	43,3
3.	Cukup Setuju	11	18,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.26 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%,

setuju sebesar 43,3%, cukup setuju sebesar 18,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Sudah terbiasa membeli makanan diluar”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 27
Jawaban responden terhadap pernyataan “Sudah terbiasa membeli makanan diluar”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	40,0
2.	Setuju	26	43,3
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40%, setuju sebesar 43,3%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Berlangganan dengan catering karena ingin di pandang kaya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 28
Jawaban responden terhadap pernyataan “Berlangganan dengan catering karena ingin di pandang kaya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	46,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.28 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 46,7%, setuju sebesar 46,7%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Berlangganan dengan catering karena mengikuti teman”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 29
Jawaban responden terhadap pernyataan “Berlangganan dengan catering karena mengikuti teman”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	48,3
2.	Setuju	25	41,7
3.	Cukup Setuju	6	10,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.29 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 48,3%,

setuju sebesar 41,7%, cukup setuju sebesar 10%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Membeli Makanan di catering karena malas memasak”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 30
Jawaban responden terhadap pernyataan “Membeli Makanan di catering karena malas memasak”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	35	58,3
3.	Cukup Setuju	6	10,0
4.	Tidak Setuju	1	1,7
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.30 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 58,3%, cukup setuju sebesar 10%, untuk jawaban tidak setuju sebesar 1,7% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Berlangganan dengan catering karena merasa mampu”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 31
Jawaban responden terhadap pernyataan “Berlangganan dengan catering karena merasa mampu”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	36	60,0
3.	Cukup Setuju	5	8,3
4.	Tidak Setuju	1	1,7
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.31 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 8,3%, untuk jawaban tidak setuju sebanyak 1,7% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Santoso, 2014, hlm. 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas dan uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini dengan metode One sample *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengambil keputusan apakah data normal atau tidak maka cukup membaca pada nilai signifikansi (Asymp Sig 2-tailed). Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka

kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 32
Hasil Uji Normalitas

No.	Variabel	<i>Asymp. Sig (2 tailed)</i>	Keterangan
1.	Bauran Pemasaran (X1)	0,177	Normal
2.	Label Halal (X2)	0,303	Normal
4.	Keputusan pembelian (Y)	0,100	Normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel bauran pemasaran (X1) sebesar 0,177. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel label halal (X2) sebesar 0,303. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,100. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas penelitin. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Ada tidaknya korelasi antar variabel tersebut dapat dideteksi dengan melihat nilai *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10, terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF < 10, tidak terjadi

multikolinearitas. Adapun hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 33
Hasil Pengujian Multikolinieritas

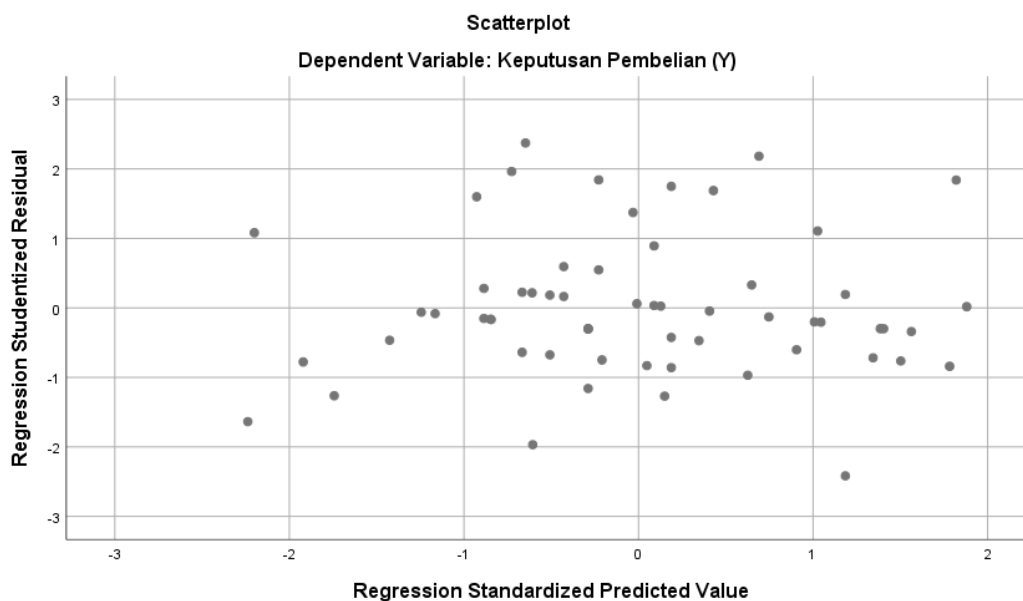
Variabel	Nilai <i>VIF</i>	Keterangan
Bauran Pemasaran (X1)	1.023	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Label halal (X2)	1,023	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Pada tabel 4.33, untuk mengetahui hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada *Variance Inflation Factor (VIF)* yaitu bauran pemasaran (X1) memiliki nilai VIP sebesar 1,023 dan Variabel Label halal (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1,023. Menurut Ghozali apabila nilai $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi atau tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2017, hlm. 92).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian hetereskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan masing-masing variabel Bauran Pemasaran (X1) dan Label Halal (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) Pelanggan Catering Bunda Pelaihari. Pengujian homogenitas terhadap variabel penelitian digunakan uji heteroskedastisitas. Deteksi terhadap masalah heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik plot *Regression Standardized Predicted Value* dengan *Regression Studentised Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4. 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output Statistik 27, 2023

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan kata lain pada model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas, hal ini menunjukkan bahwa variasi data homogen.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas yaitu Bauran Pemasaran (X1) dan Label Halal (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) Pelanggan Catering Bunda Pelaihari dapat diketahui dengan melakukan pengujian menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Adapun hasil uji regresi linier

berganda mengenai pengaruh Bauran Pemasaran (X1) dan Label Halal (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) Pelanggan Catering Bunda Pelaihari adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 34
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R	R square	F	sig
		B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	23.772	3.775		6.298	.000	0,644	0,415	10,81	0,000
	Bauran Pemasaran (X1)	.462	.078	.377	4.591	.000				
	Label Halal (X2)	.375	.075	.221	3.698	.000				

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Berdasarkan pada Tabel 4.43 di atas dapat diketahui bahwa Keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari dipengaruhi oleh bauran pemasaran dan label halal. Masing-masing variabel bebas yang terdiri dari bauran pemasaran dan label halal tersebut memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 23,772 + 0,462 X1 + 0,375 X2$$

Angka 23,772 pada persamaan regresi berganda di atas berarti bahwa tanpa adanya bauran pemasaran dan label halal, maka keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari adalah hanya sebesar 23,772.

Koefisien regresi variabel bauran pemasaran positif, berarti ada hubungan searah antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari. Artinya apabila bauran pemasaran masyarakat meningkat, maka keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel label halal bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara label halal dengan keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari. Artinya apabila label halal meningkat, maka keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari juga akan mengalami peningkatan.

Sedangkan untuk pengaruh variabel bauran pemasaran dan label halal secara simultan terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari dapat dilihat pada tabel 4.34 di atas. Berdasarkan pada tabel 4.34 di atas khususnya pada kolom *R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari bauran pemasaran dan label halal secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari yaitu sebesar 41,5% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dan label halal memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Pertama (Uji t)

Uji Hipotesis Pertama dilakukan dengan Uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan label halal terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan signifikansi 95% ($\alpha=0,05$), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 35
Hasil Uji t

No.	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig
1.	Bauran Pemasaran (X1)	4,591	1,671	0,000
2.	Label Halal (X2)	3,698	1,671	0,000

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Pada tabel 4.35 menunjukkan nilai signifikansi t untuk masing-masing variabel independen yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Variabel Bauran Pemasaran (X1), nilai t_{hitung} sebesar 4,591 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,671 dengan signifikansi sebesar 0,001. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,591 > 1,671$) atau $sig\ t < 5\%$ ($0,001 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel bauran pemasaran (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) Pelanggan Catering Bunda Pelaihari. Dengan demikian hipotesis pertama H1 yang berbunyi “Bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Catering Bunda Pelaihari” dinyatakan diterima.
- 2) Variabel label halal (X2), nilai t_{hitung} sebesar 3,698 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,671 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,698 > 1,671$) atau $sig\ t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel label halal (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) Pelanggan Catering Bunda Pelaihari. Dengan demikian hipotesis pertama H2 yang berbunyi “label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Catering Bunda Pelaihari” dinyatakan diterima.

b. Uji Hipotesis Kedua (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu bauran pemasaran dan label halal secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.36.

Tabel 4. 36
Hasil Uji F

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>F_{hitung}</i>	<i>F_{tabel}</i>	<i>Sig</i>
0,644	0,415	0,327	10,81	3,16	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi F (0,000) < Signifikansi α (0,05), yaitu (0,000 < 0,05) atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (10,81 > 3,16). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari bauran pemasaran dan label halal secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pelanggan Catering Bunda Pelaihari. Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bauran pemasaran dan label halal terhadap Keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari.

Berdasarkan pada hasil uji t dan uji F di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari dipengaruhi

oleh bauran pemasaran dan label halal, baik secara parsial maupun secara simultan.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Bauran pemasaran dan label halal secara parsial terhadap keputusan pembelian Pelanggan Catering Bunda Pelaihari

Para konsumen dalam proses keputusan pembelian akan melewati lima tahap: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler & Keller, 2016, hlm. 213). Namun para konsumen tidak selalu melewati seluruh lima urutan tahap ketika membeli produk. Mereka bisa melewati atau membalik beberapa tahap (Kotler & Keller, 2016, hlm. 217). Dalam penelitian ini, yang dimaksud keputusan pembelian adalah perhatian, kesukaan, atau keinginan untuk melakukan pembelian di Catering bunda Pelaihari yang dilihat melalui indikator faktor budaya, faktor sosial dan pribadi.

Bauran pemasaran adalah proses penggabungan dalam strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing perusahaan yang terstandarisasi dengan produk, harga yang rendah, promosi dan saluran distribusi (Kotler & Keller, 2016, hlm. 202). Bauran Pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bauran Pemasaran yang diterapkan oleh Catering bunda Pelaihari.

Label halal merupakan keterangan yang menyatakan bahwa produk makanan yang dipasarkan oleh sebuah perusahaan terjamin kehalalannya dan dibuktikan dengan sertifikat halal. Indikator labelisasi halal yang digunakan

dalam penelitian ini adalah mengadopsi pendapat Mahwiyah (2010: 48) yang terdiri dari pengetahuan, kepercayaan, dan penilaian terhadap labelisasi halal. Jika dilihat dari aspek label halal, maka Catering Bunda Pelaihari mampu memberikan jaminan atas kehalalan produknya, meskipun hingga saat ini Catering Bunda Pelaihari belum memiliki sertifikat halal resmi dan belum terdaftar.

Secara parsial bauran pemasaran dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari. Bauran pemasaran memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari sebesar 0,462 (46,2%). Label halal memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari sebesar 0,375 (37,5%). Variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari adalah bauran pemasaran.

Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa bauran pemasaran juga merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Pelanggan Catering Bunda Pelaihari.

2. Pengaruh Bauran pemasaran dan label halal secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah pada Pelanggan Catering Bunda Pelaihari.

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa secara simultan bauran pemasaran dan label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari dapat dilihat pada tabel 4.36 pada kolom *R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari bauran pemasaran dan label halal secara bersama-sama memberikan pengaruh yang

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari yaitu sebesar 41,5% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dan label halal memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan Catering Bunda Pelaihari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian PAujiah yang menyatakan bahwa Bauran Pemasaran dan Label Halal secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

