

BAB IV

A. Penyajian data

1. Gambaran Umum Kecamatan Banjarmasin Utara

Kecamatan Banjarmasin Utara merupakan salah satu dari 5 (lima) kecamatan yang berada di Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan. Luas wilayah Kecamatan Banjarmasin Utara adalah 17,75 km² (17.750 m²) wilayah ini dikelilingi oleh sungai Barito, Sungai Martapura, Sungai Awang dan Sungai Kuin yang merupakan batas-batas wilayah Banjarmasin Utara. Batas-batas wilayah Kecamatan Banjarmasin Utara adalah sebagai berikut :

- a. Batas sebelah utara : Sungai Awang Kab Barito Kuala
- b. Batas sebelah timur : Kecamatan Banjarmasin Timur
- c. Batas sebelah selatan : Kecamatan Banjarmasin Barat
- d. Batas sebelah Barat : Sungai Barito Kab Barito Kuala

Kecamatan Banjarmasin Utara terdiri dari 10 kelurahan, diantaranya kelurahan Antasan Kecil Timur, Surgi Mufti, Sungai Miai, Sungai Jingah, Sungai Andai, Kuin Utara, Pangeran, Alalak Utara, Alalak Tengah, Alalak Selatan. (banjarmasinkota.go.id)

2. Gambaran Umum Produk Makanan Kemasan

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Adapun kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh

kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk yang meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri, dan label.

Sertifikasi halal untuk produk makanan kemasan Ramyun, Samyang dan tteokbokki diserahkan langsung oleh LPPOM MUI di Bogor pada 28 september 2017. Pemberian sertifikasi halal itu diklaim untuk memenuhi permintaan pasar Indonesia yang memiliki jumlah penduduk muslim sebagai mayoritas.

Produk kemasan dalam penelitian ini difokuskan pada produk makanan kemasan impor sebagai berikut:

a. *Ramyun*

Ramyun atau *ramyeon* adalah hidangan mie asal korea yang dipengaruhi oleh hidangan china bernama lamian. *Ramyun* menjadi sangat populer karena mudah dimasak dan cepat dimakan sehingga dapat menjadi makanan yang sesuai untuk dimakan kapanpun. *Ramyun* korea juga memiliki rasa yang lebih kuat dan biasanya bercita rasa pedas. (Rizkyani, 2023, hlm. 10)

Gambar 4.1
Produk Ramyun



b. *Samyang*

Samyang merupakan mie instan produksi *Samyang food.inc*, mie instan ini memiliki rasa yang khas karena semua produk mie instan ini memiliki rasa yang pedas. Nama asli mie *samyang* ini adalah mie goreng rasa ayam pedas, namun tulisan latin yang terdapat pada produk kemasan hanya “*Samyang*” dan huruf lainnya merupakan huruf korea, maka masyarakat Indonesia lebih mengenalnya dengan sebutan mie *Samyang*. (Rizkyani, 2023, hlm. 10)

Gambar 4.2
Produk *Samyang*



c. *Tteokbokki*

Tteokbokki atau *tteok* adalah salah satu kue asal korea selatan yang terbuat dari beras ataupun ketan. *Tteok* dapat menjadi kue manis dengan berbagai rasa untuk merayakan hari-hari besar di Korea Selatan. Selain itu *tteok* juga dapat dibuat memanjang dan dimasak menggunakan bumbu gochujang atau pasta pedas serta bahan lainnya untuk dibuat menjadi *tteokbokki*. (Rizkyani, 2023, hlm. 11)

Gambar 4.3
Produk Samyang



3. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Banjarmasin utara yang memenuhi kriteria yaitu :

- a. Minimal berusia 17 tahun
- b. Masyarakat Banjarmasin utara
- c. Pernah membeli atau memakan produk makanan kemasan seperti:
Samyang, Ramyeon, dan Tteokbokki.

Hasil kuesioner yang dibagikan adalah 96 responden. Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden yang menjadi sampel. Data hasil kuesioner dapat digunakan mendeskripsikan karakteristik responden yang dalam penelitian ini meliputi :

1) Jenis kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persen%
Laki-laki	21	21.9%
Perempuan	75	78.1%
Total	96	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data Diolah)

Berdasarkan karakteristik responden pada tabel jenis kelamin di atas, bahwa responden laki-laki sebanyak 21 orang atau sebesar 21.9% , sedangkan responden perempuan sebanyak 75 orang atau sebesar 78.1%

2) Umur

Tabel 4.2
Karakteristik responden berdasarkan umur

Umur	Frekuensi	Persen%
17- 20	20	20.8%
21-30	63	65.6%
31-40	7	7.3%
>40	6	6.3%
Total	96	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data Diolah)

Berdasarkan karakteristik responden pada tabel Umur di atas, bahwa responden yang berumur 17-20 tahun sebanyak 20 orang atau sebesar 20.8%, responden yang berumur 21-30 tahun sebanyak 63 orang atau sebesar 65.6%, responden yang berumur 31-40 tahun sebanyak 7 orang atau sebesar 7.3%, dan responden yang berumur >40 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar 6.3%.

3) Pekerjaan

Tabel 4.3
Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persen%
Mahasiswa/pelajar	62	64.6%
Pegawai swasta	14	14.6%
Ibu rumah tangga	10	10.4%
Lainnya	10	10.4%
Total	96	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data Diolah)

Berdasarkan karakteristik pada tabel pekerjaan di atas, bahwa responden yang berstatus mahasiswa/pelajar sebanyak 62 orang atau sebesar 64.6%, responden pegawai swasta sebanyak 14 orang atau sebesar 14.6%, responden ibu rumah tangga sebanyak 10 orang atau sebesar 10.4%, dan responden lainnya sebanyak 10 orang atau sebesar 10.4%.

4. Deskriptif Variabel Penelitian

a. Variabel Labelisasi Halal (X1)

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

Tabel 4.4

Jawaban Responden tentang “saya selalu memperhatikan adanya kombinasi tulisan halal disertai gambar logo Halal MUI menjadi pertimbangan saya memilih produk kemasan”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	-	-

2	Tidak Setuju	2	2.1
3	Netral	13	13.5
4	Setuju	26	27.1
5	Sangat Setuju	55	57.3
Total		96	100%

Sumber : Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.5

Jawaban responden tentang “Saya yakin karena terdapat atau menempel pada kemasan “Label Halal MUI” mempermudah saya dalam memberi keyakinan akan mutu produk yang halal”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.0
2	Tidak Setuju	1	1.0
3	Netral	7	7.3
4	Setuju	29	30.2
5	Sangat Setuju	54	60.4
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.6

Jawaban responden tentang “Adanya label halal menjadi pertimbangan saya memilih produk makanan kemasan”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	2	2.1
3	Netral	9	9.4
4	Setuju	31	32.3
5	Sangat Setuju	54	56.3
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dijelaskan dengan beberapa pernyataan sebagai berikut :

- 1) Pada variabel labelisasi halal (X1) pada item X1.1 dari total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” sejumlah 55

responden atau 57.3% yang mana respondennya sangat setuju bahwa dengan adanya kombinasi halal disertai gambar logo halal MUI memudahkan menjadi pertimbangan untuk memilih produk kemasan.

2) Pada item X1.2 dari total responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” sejumlah 58 responden atau 60.4% yang artinya responden menyetujui bahwasanya dengan adanya logo yang menempel pada kemasan “label halal MUI” mempermudah memberi keyakinan akan mutu produk yang halal.

3) Pada item X1.3 dari total responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” dengan jumlah 54 responden atau 56.3% yang mana respondennya setuju bahwa dengan adanya label halal menjadi pertimbangan responden memilih produk makanan kemasan.

b. Variabel label BPOM (X2)

Dalam mengukur pengaruh variabel label BPOM produk makanan kemasan pada masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Utara, digunakan empat indikator diantaranya dimensi pengetahuan, nomor registrasi, produk dan merek. Adapun data disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.7

Jawaban responden tentang “Ketika saya membeli produk makanan kemasan saya selalu melihat label BPOM”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.0
2	Tidak Setuju	4	4.2

3	Netral	21	21.9
4	Setuju	29	30.2
5	Sangat Setuju	41	42.7
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.8

Jawaban responden tentang “Saya selalu memperhatikan nomor registrasi BPOM yang terdapat pada produk makanan kemasan sebelum saya membelinya”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	4.2
2	Tidak Setuju	14	14.6
3	Netral	32	33.3
4	Setuju	26	27.1
5	Sangat Setuju	20	20.8
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.9

Jawaban responden tentang “Saya selalu membeli produk kemasan yang tercantum label BPOM”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.0
2	Tidak Setuju	4	4.2
3	Netral	21	21.9
4	Setuju	29	30.2
5	Sangat Setuju	41	42.7
Total		96	100

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.10

Jawaban responden tentang “saya selalu memilih merek produk makanan kemasan yang tercantum label BPOM”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.0
2	Tidak Setuju	4	4.2

3	Netral	21	21.9
4	Setuju	41	42.7
5	Sangat Setuju	30	31.3
Total		96	100%

Sumber : Hasil penelitian SPSS (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dijelaskan dalam beberapa pernyataan sebagai berikut :

- 1) Pada variabel label BPOM (X2) pada item X2.1 dari total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” dengan jumlah 41 responden atau 42.7% yang mana responden setuju bahwa setiap membeli produk makanan kemasan responden selalu melihat label BPOM.
- 2) Pada item X2.2 dari total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada jawaban “netral” dengan jumlah 32 responden atau 33.3% yang mana responden netral bahwa selalu memperhatikan nomor registrasi BPOM yang terdapat pada produk makanan kemasan sebelum membelinya.
- 3) Pada item X2.3 dari total 96 reponden dengan frekuensi tertinggi ada pada jawaban “setuju” dengan jumlah 35 responden atau 36.5% yang mana responden setuju bahwa selalu membeli produk makanan kemasan yang tercantum label BPOM.
- 4) Pada item X2.4 dari total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada jawaban “setuju” dengan jumlah 41 responden atau 42.7% yang mana responden setuju bahwa selalu memilih produk makanan kemasan yang tercantum label BPOM.

c. Variabel keputusan pembelian (Y)

Dalam mengukur pengaruh variabel keputusan pembelian produk makanan kemasan pada masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Utara, digunakan lima indikator diantaranya dimensi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku sesudah membeli. Adapun data disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.11

Jawaban Responden tentang “Kualitas, mutu dan jaminan halal adalah standar yang selalu saya terapkan dalam mempertimbangkan pemilihan produk makanan kemasan”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.0
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	8	8.3
4	Setuju	33	34.4
5	Sangat Setuju	54	56.3
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.12

Jawaban responden tentang “Pengalaman pribadi adalah informasi yang paling akurat yang saya jadikan pedoman memilih produk makanan kemasan”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.0
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	13	13.5
4	Setuju	40	41.7
5	Sangat Setuju	42	43.8
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.13

Jawaban responden tentang “Label halal dan label BPOM pada produk makanan kemasan memberikan informasi tentang jaminan dan mutu produk”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.0
2	Tidak Setuju	1	1.0
3	Netral	8	8.3
4	Setuju	38	39.6
5	Sangat Setuju	48	50.0
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.14

Jawaban responden tentang “Saya melakukan keputusan pembelian jika produk makanan kemasan terdapat atribut label halal dan label BPOM”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.1
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	7	7.3
4	Setuju	35	36.5
5	Sangat Setuju	52	54.2
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.15

Jawaban responden tentang “Saya akan selalu membeli produk makanan kemasan yang mencantumkan label halal dan label BPOM”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.0
2	Tidak Setuju	1	1.0
3	Netral	2	2.1
4	Setuju	37	38.5
5	Sangat Setuju	51	53.1
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.16

Jawaban responden tentang “Saya selalu yakin dengan pembelian produk makanan kemasan yang berlabel halal dan BPOM”

No.	Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.1
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	2	2.1
4	Setuju	30	31.3
5	Sangat Setuju	62	64.6
Total		96	100%

Sumber: Hasil penelitian 2023 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dijelaskan dalam beberapa pernyataan sebagai berikut :

- 1) Pada variabel keputusan pembelian (Y) pada item Y1 dengan total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” dengan jumlah 54 responden atau 56.3% yang mana responden setuju bahwa kualitas, mutu dan jaminan halal adalah standar yang selalu responden terapkan dalam mempertimbangkan pemilihan produk makanan kemasan.
- 2) Pada item Y2 dengan total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” dengan jumlah 42 responden atau 43.8% yang mana responden setuju bahwa pengalaman pribadi adalah informasi yang paling akurat yang responden jadikan pedoman memilih produk makanan kemasan.
- 3) Pada item Y3 dengan total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” dengan jumlah 48 responden atau 50.0% yang mana responden setuju bahwa label halal dan label BPOM pada produk makanan kemasan memberikan informasi tentang jaminan dan mutu produk.
- 4) Pada item Y4 dengan total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” dengan jumlah 52 responden atau 54.2% yang

mana responden setuju bahwa melakukan keputusan pembelian jika produk makanan kemasan terdapat atribut label halal dan label BPOM.

5) Pada item Y5 dengan total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” dengan jumlah 51 responden atau 53.1% yang mana responden setuju bahwa akan selalu membeli produk makanan kemasan yang mencantumkan label halal dan label BPOM

6) Pada item Y6 dengan total 96 responden dengan frekuensi tertinggi ada pada alternatif jawaban “sangat setuju” dengan jumlah 62 responden atau 64.6% yang mana responden setuju bahwa selalu yakin dengan pembelian produk makanan kemasan yang berlabel halal dan BPOM.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Dasar pengambilan Uji Validitas yaitu R_{Hitung} dengan R_{Tabel} : Jika Nilai $R_{Hitung} > R_{Tabel}$ maka hasilnya dapat dikatakan valid, begitu juga sebaliknya jika $R_{Hitung} < R_{Tabel}$ maka hasilnya dapat dikatakan tidak valid. Untuk sampel 96 responden dengan alpha 0,05 di dapat R_{Tabel} sebesar 0,361. Berikut hasil uji validitas dari pertanyaan masing-masing variabel:

Tabel 4.17
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R-Hitung (Person Correlation)	R-Tabel (Nilai=96, $\alpha=5\%$)	Keterangan
	X1.1	0.921	0.361	

Labelisasi Halal (X ₁)	X _{1.2}	0.876	0.361	VALID
	X _{1.3}	0.925	0.361	
Label BPOM (X ₂)	X _{2.1}	0.805	0.361	VALID
	X _{2.2}	0.816	0.361	
	X _{2.3}	0.899	0.361	
	X _{2.4}	0.851	0.361	
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0.760	0.361	VALID
	Y.2	0.531	0.361	
	Y.3	0.738	0.361	
	Y.4	0.848	0.361	
	Y.5	0.843	0.361	
	Y.6	0.755	0.361	

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasinya:

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan yang berjumlah 13 pertanyaan yang terdiri dari variabel Labelisasi Halal (X₁), Label BPOM (X₂), dan Keputusan Pembelian (Y) karena nilai $R_{Tabel} 0.361 >$ dari R_{Hitung} , maka semua item pertanyaan dikatakan valid dan dapat digunakan untuk pengumpulan pembelian.

b. Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan Uji Reliabilitas Cronbach Alpha menurut Wiratna Sujarweni (2014), kuesioner dikatakan Reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$. Berikut merupakan hasil uji Reliabilitas dari pertanyaan masing-masing Variabel:

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas Labelisasi Halal (X₁), Label BPOM (X₂), dan Keputusan Pembelian (Y)

<i>Reliability Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Keterangan</i>
Labelisasi Halal	0.892	Reliabel
Label BPOM	0.858	Reliabel
Keputusan pembelian	0.839	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

Berdasarkan pada tabel 4.8, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha untuk Labelisasi Halal, Label BPOM, dan Keputusan pembelian $> 0,6$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari instrumen penelitian dinyatakan reliabel, dan instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai pengumpulan dan penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dasar pengambilan uji normalitas dengan mengetahui nilai *Asymp* Signifikansi lebih besar ($>$) dari 0,05, maka nilai residual berdistribusi Normal. Sebaliknya, jika nilai *Asymp* Signifikansi kurang dari ($<$) 0,05, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 4.9 berikut ini yang dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 4.19
Hasil Uji Normalitas Menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

<i>One-Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	Unstandarzdized Residual	Keterangan
---	-------------------------------------	-------------------

N	96	Normal
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.123 ^c	Normal

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan nilai *Asymp. Sig* lebih besar (>) dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai Residual menyebar Normal. Dari hasil di atas dapat diketahui hasil metode *Kolmogrov Smirnov* sebesar 0,123.

b. Uji Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan Uji Multikolinearitas adalah dengan Melihat Nilai *Tolerance*: Jika nilai *Tolerance* lebih besar (>) dari 0,10 maka Tidak terjadi Multikolinearitas.

Berikut merupakan hasil uji Multikolinearitas penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.20
Hasil Uji Multikolinearitas Menggunakan Metode *Tolerance* dan *VIF*

Variabel Bebas	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
Labelisasi Halal (X ₁)	0.823	1.215	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Label BPOM (X ₂)	0.823	1.215	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* pada kedua variabel bebas lebih besar (>) dari 0,10 yang artinya tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan pada Nilai *VIF* juga tidak terjadi Multikolinearitas pada kedua variabel

bebas karena nilainya Lebih kecil ($<$) dari 10,00. Jadi kesimpulannya, hasil dari uji Multikolinearitas dengan menggunakan Metode *Tolerance* dan *VIF* pada penelitian ini bebas dari masalah Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas dilakukan dengan metod *Uji Spearman Rho* dan *Scatterplot* Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas menggunakan *Uji Spearman Rho* adalah jika Nilai Signifikan $>$ 0,05, maka hasilnya dapat disimpulkan tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

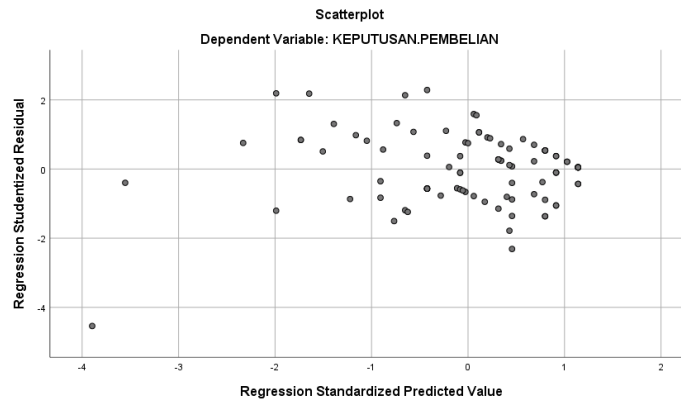
Sedangkan pada metode *Scatter plot* adalah data akan dinyatakan lolos jika sebaran data menyebar, baik di atas maupun dibawah sumbu 0. Berikut merupakan hasil dari uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.21
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode *Spearman Rho*

Model	Sig.	Keterangan
Labelisasi Halal (X ₁)	0.501	Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas
Label BPOM (X ₂)	0.097	Tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas metode Scatterplot



Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah).

Interpretasi:

Berdasarkan Gambar scatterplot di atas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Uji Regresi Berganda

Model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

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

Berikut hasil uji regresi linier berganda dengan menggunakan *Software SPSS Statistik 22*:

Tabel 4.22
Hasil Uji Regresi berganda

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients (B)
(Constanta)	6.366
Labelisasi Halal (X ₁)	1.111
Label BPOM (X ₂)	0.343

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.9 maka diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 6.366 + 1.111 + 0.343 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat diketahui *interpretasinya* adalah sebagai berikut:

- a. Nilai a = sebesar 6.366 yang merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Y belum dipengaruhi atau sama dengan Nol oleh variabel lainnya yaitu Variabel X₁ dan X₂. Jika Variabel independen tidak ada maka Variabel Y tidak mengalami Perubahan.
- b. Nilai $\beta_1 X_1 =$ sebesar 1.111 menunjukkan bahwa variabel X₁ mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Y yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel X₁ maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 1.111 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian.
- c. Nilai $\beta_2 X_2 =$ sebesar 0.343 menunjukkan bahwa variabel X₂ mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Y berarti bahwa setiap kenaikan satuan Variabel

X_2 maka akan mempengaruhi variabel Y sebesar 0.343 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Dasar pengambilan keputusan pada uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikan $< 0,05$
- 2) Nilai $T_{Hitung} > \text{nilai } T_{Tabel}$.

Berikut merupakan hasil analisis uji t yang dilakukan menggunakan program *software SPSS 22*.

Tabel 4.23
Hasil Analisis uji t

Model	T_{Hitung}	T_{Tabel}	Sig.
Labelisasi Halal	11.724	1.985	,000 ^b
Label BPOM	6.885	1.985	,000 ^b

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

- 1) Pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y : Berdasarkan tabel 4.11, yaitu hasil uji t (Parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel X_1 terhadap variabel Y adalah $0,000 < 0,05$. Dan nilai T_{Hitung} 11.724 $>$ nilai T_{Tabel} 1.985, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y secara signifikan.
- 2) Pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y : berdasarkan Tabel 4.11, yaitu hasil uji t (Parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel X_2 terhadap variabel Y adalah $0,000 < 0,05$. Dan nilai T_{Hitung} 6.885 $>$ nilai T_{Tabel} 1.985, maka

H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y secara signifikan.

b. Uji F (Simultan)

Dasar pengambilan keputusan pada uji F yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika Nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika Nilai $F_{Hitung} > \text{nilai } F_{Tabel}$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Berikut merupakan hasil analisis uji F yang dilakukan menggunakan program *software SPSS 22*.

Tabel 4.24
Hasil Analisis uji F

Model	F_{Hitung}	F_{Tabel}	Sig.
Regression	95.575	3.093	.000 ^b

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

- 1) Nilai Sig. bernilai $0,000 < 0,05$, artinya variabel X_1 dan X_2 secara signifikan memiliki pengaruh terhadap variabel Y
- 2) Nilai F_{Hitung} sebesar 95.575 dan F_{Tabel} sebesar 3,093, jadi $F_{Hitung} > F_{Tabel}$, artinya variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel Y .

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut adalah hasil nilai Koefisien Determinasi :

Tabel 4.25
Tabel Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	RSquare	Adjusted RSquare
1	0.820 ^a	0.673	0.525

Sumber: Hasil Penelitian 2023 SPSS (Data diolah)

Interpretasi:

Berdasarkan Tabel 4.10 dipengaruhi nilai R_{Square} (R^2) sebesar 0,673. Jadi, kesimpulan besarnya pada pengaruh Variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y sebesar 0,673 serta sisanya dapat dipengaruhi oleh Variabel lainnya.

C. Analisis Data dan Pembahasan

1. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bisa dilihat dari nilai signifikansi variabel X_1 sebesar $0,000 < 0,05$. Dan untuk nilai T_{Hitung} senilai 11.724 $> T_{\text{Tabel}}$ senilai 1,985. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Vivi, tahun 2019 melakukan penelitian tentang “pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan impor pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya” berdasarkan hasil penelitian bahwa label halal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan semakin tingginya pemahaman mahasiswa tentang pentingnya label halal di setiap makanan kemasan.

Menurut peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, Label halal pada produk mempunyai peran yang sangat penting terutama bagi kaum muslim, hal ini dikarenakan dengan dicantumkannya labelisasi halal pada produk maka akan membuat konsumen tidak merasa khawatir untuk memakai produk tersebut. Hal ini terlihat pada jawaban responden mengenai pertimbangan konsumen dalam memilih produk makanan kemasan yang berlabel halal, 32,3% responden menjawab setuju dan 56,3% responden menjawab sangat setuju dan jika digabung sebesar 88,6% responden setuju bahwa adanya label halal menjadi pertimbangan responden dalam memilih produk makanan kemasan.

Dari segi kajian ekonomi syariah, kita sebagai umat muslim dianjurkan untuk mengonsumsi produk yang halal. Dalam surah Al-Baqarah 2: Ayat 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۗ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu."

Dari ayat tersebut Allah SWT memerintahkan untuk selalu memperhatikan dan mengonsumsi makanan yang dijamin kehalalannya agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan, mengingat sekarang berbagai macam jenis produk makanan yang diperjual-belikan di pasaran membuat masyarakat muslim harus lebih teliti dalam memilih produk yang pas dan sesuai dengan syariat Islam.

2. Pengaruh Label BPOM terhadap keputusan pembelian produk

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label BPOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bisa dilihat dari nilai

signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dan untuk nilai T_{Hitung} senilai $6,885 > T_{Tabel}$ senilai 1,985. Hal ini juga pernah dilakukan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reza, tahun 2018 dengan judul “pengaruh label halal dan label BPOM terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan (Studi Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Palu) dengan hasil penelitian adanya pengaruh label BPOM terhadap keputusan pembelian, dapat disimpulkan bahwa label BPOM menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk.

Dari penelitian ini label BPOM berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan label halal dan label BPOM berpengaruh positif. Hal ini sesuai dengan tanggapan responden mengenai keputusan pembelian produk makanan kemasan yang tercantum label BPOM, sebanyak 36,5% responden menjawab setuju, dan 33,3% responden menjawab sangat setuju, yang mana jika digabungkan 69,8% responden setuju bahwa mereka memutuskan membeli produk makanan kemasan yang tercantum label BPOM.

Label BPOM merupakan label yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang berwenang melakukan audit terhadap keamanan produk yang dipandang dari sisi kesehatan (Aulia, Aswad, 2022, hlm. 297).

Dari segi kajian ekonomi syariah, kita sebagai umat muslim dianjurkan untuk mengonsumsi produk yang tidak membinasakan. Dalam surah Al-Baqarah ayat 168, Allah berfirman : :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu."

Dari ayat tersebut Allah SWT memerintahkan untuk selalu memperhatikan dan mengonsumsi makanan yang halal dan baik. Baik disini dalam artian tidak berbahaya saat dikonsumsi dan menyehatkan, sehingga perlunya label BPOM pada produk makanan kemasan yang diperjual-belikan di pasaran sesuai selain berlandaskan dengan syariat islam juga untuk menjaga kemaslahatan dan kesehatan konsumen.

3. Pengaruh Labelisasi Halal dan Label BPOM terhadap terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Label halal dan Label BPOM berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F yang dapat diketahui nilai signifikansinya untuk variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y sebesar $0,000 < 0,05$. Dan untuk $F_{Hitung} 95.575 >$ nilai $F_{Tabel} 3,093$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_1 Diterima.

Keputusan pembelian adalah pemecahan masalah oleh individu dengan memilih alternatif perilaku dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam pembelian dengan mengambil langkah pertama dari proses pengambilan keputusan. (Marbun, Ali, Dwikoco, 2022)

Dari penelitian ini keputusan pembelian berdasarkan label halal dan label BPOM berpengaruh positif. Hal ini sesuai dengan tanggapan konsumen mengenai keputusan pembeliannya karena terdapat atribut label halal dan label BPOM pada kemasan. 36,5% responden menjawab setuju, dan 54,2% menjawab sangat setuju,

yang mana jika digabungkan sebanyak 90,7% dari mereka setuju untuk membeli karena produk memiliki label halal dan label BPOM.

Ekonomi islam mempunyai prinsip dasar dalam pengambilan suatu keputusan, sehingga pembelian yang dilakukan tidak berlandaskan hawa nafsu semata (Sumar'in, 2013, hlm. 16). Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Maidah/5: 100 yang berbunyi:

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

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

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