INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan

Al-Bara[1]*, Rahmayanti Nasution[2]
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
[1]*Email: albara@umsu.ac.id*
[2]*Email: rahmayantinasution@gmail.com*

Abstract

The purpose of this study was to find out the influence of halal labels on the purchasing decisions of consumers in the city of Medan. Halal label is a halal statement written on the packaging issued on the basis of halal inauguration that integrates on product packaging as a legal guarantee, that the guarantee in question is halal to be used and consumed by the public, in accordance with the provisions of Islamic Shari'a and legislation. So, the number of food products circulating in the city of Medan, which do not have a halal label. But even so, the product continued to circulate widely, even many bought the product. On this basis, researchers want to see how to influence halal labels on consumers' decisions to buy a food product in the city of Medan. Meanwhile, residents in the Medan city are almost in balance, between Muslims and non-Muslims this study uses a quantitative approach. Data analysis techniques used are simple linear regression analysis and Determination test. This study uses a sampling method by accidental sampling and purposive sampling, by way of sampling by chance (spontaneity), but the sample chosen is also based on certain considerations, namely non-Muslim communities and Muslim communites.

Keywords: Halal Label, Consumer Purchase Decision

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah, untuk mengatahui pengaruh label halal suatu produk yang terpasarkan di Kota Medan, terhadap keputusan pembelian konsumen. Label halal adalah keterangan halal yang tertulis pada kemasan yang dikeluarkan atas dasar pengukuhan halal yang menyatu pada kemasan produk sebagai jaminan yang sah, bahwa jaminan yang dimaksud adalah, halal untuk digunakan serta dikonsumsi oleh masyarakat, sesuai dengan ketentuan syariat islam dan peraturan perundang- undangan. Jadi, banyaknya produk makanan yang beredar di kota medan,

Artikel Info
Received:
18 September 2018
Revised:
14 October 2018
Accepted:
23 November 2018

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence
(https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

yang tidak memiliki label halal. Tetapi meskipun begitu, produk tersebut terus beredar luas, bahkan banyak yang membeli produk tersebut. Atas dasar inilah peneliti ingin melihat, bagaimana pengarh label halal terhadap keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk makanan yang ada di kota Medan. Sementara itu, penduduk di kota medan hampir mengalami keseimbangan, antara umat muslim dengan non muslim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana serta uji Determinasi. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel secara accidental sampling dan purposive sampling, dengan cara pengambilan sampel secara kebetulan (spontanitas), akan tetapi sampel yang dipilih juga berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu masyarakat non muslim dan masyarakat muslim

Kata Kunci: Label Halal, Keputusan Pembelian Konsumen

A. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan Globalisasi memberikan dampak terhadap kehidupan manusia di permukaan bumi ini terutama dalam hal gaya hidup "modern"[1] Di Indonesia yang 90% penduduknya muslim seharusnya bisa menjaga nilai-nilai agama termasuk dalam hal mengkonsumsi makanan, dewasa ini dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi apakah telah membawa kita lupa akan nilai-nilai agama yang harus dijaga, sebagai umat yang beragama tentu saja hal ini tetap menjadi dasar bagi umatnya dalam berperilaku. Indonesia dalam menghadapi perdagangan bebas tingkat regional, internasional, dan global, dikhawatirkan sedang dibanjiri pangan dan produk lainnya yang mengandung atau terkontaminasi unsur haram. Dalam teknik pemrosesan, penyimpanan, penanganan, dan pengepakan seringkali digunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan atau bahan tambahan yang mengandung unsur haram yang dilarang dalam Agama Islam. Produk impor kini

[1] Andisasmito & Wiku, Audit Lingkungan Rumah Sakit, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h. 6

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

mulai membanjiri tanah air kita dengan berbagai jenis kemasan yang menarik. Masyarakat perlu hati-hati dalam memilih produk tersebut, bisa jadi ada yang tersembunyi dibalik produk makanan tersebut yang tidak layak dikonsumsi oleh umat muslim. Bagi umat muslim kesalahan dalam memilih produk makanan yang dikonsumsi dapat menyebabkan kerugian lahir dan batin, secara lahir mengkonsumsi produk yang mengandung bahan berbahaya dapat mengganggu kesehatan.

Di dalam ajaran Islam seorang muslim tidak diperkenankan mengkonsumsi makanan kecuali yang halal. Bukan cuma halal tetapi thayyib (baik). Para ulama menafsirkan thayyib sebagai bergizi sesuai standar ilmu kesehatan. Masyarakatlah harus bisa mengevaluasi setiap produk makanan impor dalam kemasan yang akan dikonsumsi, lalu dimana peran pemerintah melindungi masyarakat secara umumnya dan masyarakat mayoritas pada khususnya, siapakah yang akan menjamin keamanan masyarakat muslim dalam mengkonsumsi suatu produk makanan impor dalam kemasan, Nilai plus dengan adanya label halal tersebut merupakan syarat utama.[2] Dengan perkembangan teknologi dan globalisasi, produk-produk olahan, baik makanan maupun minuman dan sebagainya dikategorikan kedalam kelompok musytabihat (syubhat), apalagi kalau produk tersebut berasal dari negara yang mayoritas non muslim, walaupun bahan dan barang produknya halal dan suci. Sebab dalam proses pengolahannya apabila tercampur dengan bahan-bahan yang haram maka tidak suci. Permasalahan yang dilihat di situasi masyarakat saat ini sesuai dengan perkembangan IPTEK, Apakah masyarakat mengetahui mana yang halal dan mana yang haram? Sebab kini dengan kemajuan IPTEK yang luar biasa dalam pengolahan bahan pangan kiranya tidak berlebihan jika mengetahui kehalalan dan kesucian hal-hal tersebut bukanlah persoalan yang mudah.[3]

Dengan adanya label halal ini konsumen muslim dapat memastikan

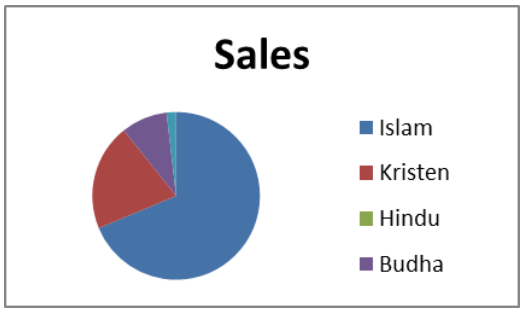
[2] Ibid, h. 6
[3] Ibid, h. 7

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Konsumen Muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengkonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut dan membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak merupakan hak konsumen itu sendiri. Dari sisi konsumen tentu saja mempunyai persepsi yang berbeda dalam memutuskan membeli suatu produk. Sebagian mungkin tidak peduli dengan kehalalan suatu produk sedangkan sebahagian lainnya masih memegang teguh prinsip bahwa suatu produk harus ada label halalnya.

Perkara halal haram merupakan wacana yang mudah sekali bergulir di Indonesia. Alasan yang mendasarinya dikarenakan penduduk Indonesia yang mayorotas Muslim.



Sumber BPS

Gambar. 1
Grafik Pemeluk Agama Di Indonesia

Bagi umat muslim pentingnya pemerintah membuat kebijakan tentang pentingnya labelisasi halal pada makanan tidaklah berlebihan, sebab bagi umat islam kesucian dan kehalalan suatu produk yang akan dikonsumsinya atau dipakai mutlak harus diperhatikan tingkat halalnya. Berdasarkan hal di atas, permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan konsumen masyarakat Medan

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian masyarakat di kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian masyarakat di kota Medan?

1.3. Batasan Masalah

Dari latar belakang diatas, kita dapat melihat bahwa permasalahan

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

yang timbul, ada pada masyarakat kota medan. Maka dari itu, disini peneliti akan membatasi tempat penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yaitu pada pusat pasar yang ada di kota Medan. Peneliti akan melakukan penelitian dengan objek konsumen yang ada di pusat pasar, diaman di pusat pasar ini banyak produk yang tentu saja jarang mempunyai label halal, tetapi produk tersebut memang sudah halal. Maka untuk itulah peneliti melakukan penelitian pada pusat pasar ini.

B. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Teori

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut. Pengertian produk (product) menurut Kotler & Armstrong, adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.[4] Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Kotler & Armstrong beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk (karakteristik

[4] Kotler Harini, *Makroekonomi Pengantar,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 346

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

atribut produk) adalah:[5]

a. Merek (branding) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Pemberian merek merupakan masalah pokok dalam strategi produk. Pemberian merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat produk itu berhasil atau gagal. Nama merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk
b. Pengemasan (packing) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk.
c. Kualitas Produk (Product Quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program ”Total Quality Manajemen (TQM)". Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai pelanggan.

Menurut ketentuan LPPOM MUI dalam Panduan Jaminan Halal, Sertifikasi Halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi, dan SJH memenuhi standar LPPOM MUI. Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk, dengan tujuan memberikan kepastian kehalalan suatu produk pangan, obat-obatan dan kosmetika, sehingga dapat menenteramkan batin yang mengkonsumsinya. Sertifikat halal

[5] Ibid, h. 354

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

suatu produk dikeluarkan setelah diputuskan dalam sidang Komisi Fatwa MUI yang sebelumnya berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at Islam yaitu Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi;

a) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syari'at Islam;
b) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya terlebih dulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syari'at Islam;
c) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar;
d) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan tempat transportasi tidak digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syari'at Islam.

Menyadari tanggung jawabnya untuk melindungi masyarakat, maka Majelis Ulama Indonesia mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika atau lebih dikenal sebagai LP POM MUI. Lembaga ini didirikan sebagai bagian dari upaya untuk memberikan ketenteraman batin umat, terutama dalam mengkonsumsi pangan, obat dan kosmetika. Lembaga ini didirikan atas keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989, pada tanggal 26 Jumadil Awal 1409 Hijriah atau 6 Januari 1989. LP POM MUI telah memberikan peranannya dalam menjaga kehalalan produk-produk yang beredar di masyarakat. Pada awal-awal tahun kelahirannya, LPPOM MUI berulang kali mengadakan seminar, diskusi–diskusi dengan para pakar, termasuk pakar

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

ilmu Syari'ah, dan kunjungan–kunjungan yang bersifat studi banding serta muzakarah. Hal ini dilakukan untuk mempersiapkan diri dalam menentukan standar kehalalan dan prosedur pemeriksaan, sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kaidah agama. Pada awal tahun 1994, barulah LPPOM MUI mengeluarkan sertifikat halal pertama yang sangat didambakan oleh konsumen maupun produsen, dan sekarang dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Dalam perjalanannya LPPOM MUI telah mengalami 3 periode kepengurusan. Periode pertama dipimpin oleh Dr Ir M Amin Aziz yang memegang tampuk kepemimpinan LPPOM MUI sejak berdiri tahun 1989 hingga tahun 1993. Periode kedua adalah kepengurusan di bawah pimpinan Prof Dr Aisjah Girindra, yang memegang amanah dari tahun 1993 hingga tahun 2006. Periode kepengurusan 2006-2011 dipegang olah Dr. Ir .H.M Nadratuzzaman Hosen. Adapun dalam kepengurusan dilampung, sejak awal dibentuk pada Tahun 1996 sampai dengan Tahun 2010 ini pimpinanya adalah Drs. H. Azhari Rangga, M.App.Sc.

C. Metode Penelitian

3.1. Objek Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah label halal dan keputusan pembelian. Dalam hal ini adalah mengenai hubungan antara label dengan keputusan masyarakat dalam pembelian. Label halal sebagai variabel *independent* (bebas) pada dasarnya adalah suatu label halal yang diberikan oleh MUI yang dilhat dari unsur produk makanan tersebut, sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel *dependen* (terikat) adalah keputusan masyarakat, dalam membeli produk yang mempunyai label halal.

3.2 Metode Penelitian

Dalam memecahkan masalah yang ada pada suatu penelitian diperlukan penyelidikan yang hati-hati, teratur dan terus menerus, sedangkan untuk mengetahui bagaimana seharusnya langkah-langkah penelitian dilakukan, peneliti menggunakan metode penelitian.

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

Suatu metode penelitian akan memandu penelitian tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan. Metode penelitian yang baik akan meliputi teknik dan prosedur yang digunakan dalam penelitian. Jadi, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan dan mencatat data baik berupa data *primer* (utama) maupun data *sekunder* (tambahan) yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu hasil analisis atas data yang diperoleh.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis mengunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan uji statistik dan mengambil studi kasus. Metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode yang digunakan dalam meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa dan sebagainya yang merupakan objek penelitian.[6] Tujuan dari penelitian deskriptif kuantitatif ini adalah membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis dan akurat mengenai fakta, sifat serta untuk mengetahui mengenai hubungan antar objek yang diteliti pada suatu objek tertentu.

Studi kasus adalah suatu penelitian dengan pendekatan spesifik, untuk meneliti masalah-masalah secara lebih mendalam dalam segala tingkatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkapkan keadaan yang sebenarnya dalam hubugan sebab akibat, bersifat *eksploratif* (gambaran) untuk mencari keterangan-keterangan sebab akibat terjadi masalah dan bagaimana memecahkannya, akan tetapi sifatnya hanya mendalam pada suatu titik peristiwa

3.3 Desain Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan menekankan pada anlisis angket yang disebarkan kepada masyarakat. Dengan menggunakan metode penelitian ini, maka akan diperoleh

[6] A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian kuantitataif, kualitatif dan Penelitian Gabungan*. (Jakarta : Pramedia Group, 2014), h. 34

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

signifikasi hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Selanjutnya untuk menganalisis data dalam mencari hubungan antara label halal dengan keputusan pembelian konsumen, penulis menggunakan analisis korelasi sederhana (*pearson*) dan analisis regresi sederhana.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul penelitian yaitu "Analisis Pengaruh Label Halal Pada produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan" Maka terdapat dua variabel yaitu :

1. Label Halal sebagai variabel bebas/independent (X)
2. Keputusan Pembelian konsumen sebagai variabel terikat/dependent (Y)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan menyebarkan atau memberikan daftar pertanyaan kepada para pedagangdi Kota Medan sebagai responden, yang berkaitan dengan peningkatan cost produksi, peningkatan cost operasional, kenaikan harga barang, dan omzet penjualan terhadap kenaikan inflasi. Kuesioner terdiri dari 10 (sepuluh) butir pertanyaan tentang Produk Halal, 10 (sepuluh) butir pertanyaan tentang Keputusan Pembelian, dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR), di mana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi.

Skala Likerts

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.6. Metode Penarikan Sampel

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terlebih dahulu dijelaskan mengenai populasi yang akan diteliti sehingga dapat diperoleh keputusan apakah penelitian ini memerlukan sampel atau tidak dan bagaimana cara pengambilan sampel tersebut.

3.6.1 Populasi Sasaran

Populasi adalah sekelompok objek yang ditentukan melalui suatu kriteria tertentu dan yang dapat dikategorikan kedalam objek tersebut

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

bisa termasuk manusia, file-file atau dokumen yang dapat dipandang sebagai objek penelitian. Sedangkan yang dimaksud populasi sasaran adalah populasi yang akan digunakan untuk menjadi sasaran penelitian.

Berdasarkan pengertian diatas dan sesuai dengan penelitian yaitu "*Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan*", yang menjadi populasi sasarannya adalah pusat pasar kota medan.

3.6.2 Pengukuran Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut[7] Jika jumlah populasi penelitian besar dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakansampel yang diambil dari populasi tersebut.

Suharsimi menyatakan bahwa, "Apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung setidak-tidaknya dari:

1) Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga, dan dana.
2) Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
3) Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian yang resikonya besar, tentu saja jika sampel besar, hasilnya akan lebih baik."

Banyaknya populasi yang ada sekitar 350 konsumen dalam satu hari. Karena kemampuan peneliti yang terbatas, maka peneliti hanya mengambil sampel sekitar 15% dari populasi yang ada, maka sampel yang diambil sebesar 52,5 dan dibulatkan menjadi 53 konsumen.

3.7. Analisis Hipotesis

1. Analisis Data

Agar penelitian memperoleh hasil yang dapat dipercaya, data yang diperoleh dalam penelitian ini harus dianalisis dengan tepat. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih

[7] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2006), h. 34

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini digunakan teknik statistik parametrik dengan menggunakan analisis regresi dan korelasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui statistik korelasi yang menunjukan seberapa besar tingkat hubungan suatu variabel dengan variabel yang lainnya. Data yang diambil kemudian diolah dan dianalisis sampai pada penarikan suatu kesimpulan.

2. Analisis Regresi

Analisis regresi merupakan analisis hubungan yang melibatkan variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat/tidak bebas (*dependen*)[8]. Dari hubungan tersebut akan dicari bentuk hubungannya dengan tujuan prediksi mengenai nilai variabel terikat berdasrkan nilai variabel bebas yang diketahui atau ditentukan. Biasanya teknik regresi dibarengi dengan teknik korelasi, karena sama-sama menghubungkan dua variabel.

Analisis regresi dalam penelitian ini, menggunakan analisis regresi sederhana. Dengan persamaan koefiosien regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b\,X$$

Dimana: a = Intercept

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Bebas (independent)

Y = Variabel Terikat (dependent)

Sedangkan nilai koefisien regresi dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum XY - \frac{\sum X \sum Y}{n}}{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}$$

Dengan rumus untuk mencari nilai a sebagai intercept, adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

3. Analis Korelasi

Hipotesis dalam penelitian ini akan dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan "Analisis Korelasi". Analisis korelasi yang dipakai adalah analisis *Korelasi Pearson*. Analisis ini dgunakan untuk menentukan apakah variabel

[8] Erlina, *Metode Penelitian,* (Medan: Usu Pres, 2011), h. 34

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

independent mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen. Analisis korelasi sederhana dengan bentuk "*Korelasi Pearson*" menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{yx} = \frac{n\sum x_i y_i - \sum_{i=1}^{n} x_i \sum_{i=1}^{n} y_i}{\sqrt{\left[n\sum_{i=1}^{n} x_i^2 - \left(\sum_{i=1}^{n} x_i\right)^2\right]\left[n\sum_{i=1}^{n} y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^{n} y_i\right)^2\right]}}$$

Untuk menentukan besar kecilnya koefisien korelasi, Sudjana dalam bukunya menetapkan batas-batas koefisien korelasi sebagai berikut

-1 ≤ r ≤ +1

Tanda (-) atau (+) pada koefisien korelasi mempunyai arti yang sangat penting. Suatu koefisien yang positif (+) berarti hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat searah yaitu apabila terjadi kenaikan atau penurunan variabel x akan diikuti kenaikan atau penurunan variabel y. Sedangkan apabila koefisien korelasi bertanda negatif (-), maka hubungan tersebut adalah berlawanan arah yang berarti apabila terjadi kenaikan variabel x maka akan diikuti penurunan variabel y, demikian pula sebaliknya apabila terjadi penurunan variabel x akan diikuti oleh kenaikan variabel y.

4 Analisis Determinasi

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi, tahap selanjutnya adalah menentukan koefisien determinasi. Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi yang menyatakan besarnya presentase perubahan Y yang bisa diterangkan oleh X melalui hubungan Y dan X Rumus yang digunakan untuk mencari nilai koefisien determinasi adalah :

Koefisien Determinasi = $\mathbf{r^2}$ **x** 100 %

Karena sudah diketahui bahwa $\mathbf{0 \leq r^2 \leq 1}$, maka koefisien determinasi tidak pernah negatif dan paling besar sama dengan (1). Dalam

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

penggunannya koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persen (%).

5 Penerimaan dan Penolakan Ho

Apabila **t** $_{hitung}$ lebih besar dari **t** $_{tabel}$, maka Ho ditolak dengan kata lain H_1 diterima dan sebaliknya apabila **t** $_{hitung}$ lebih kecil dari **t** t_{abel}, maka Ho diterima dan H_1 ditolak

6 Kesimpulan

Dalam penarikan suatu kesimpulan harus berdasarkan keputusan penerimaan dan penolakan yang didukung berdasarkan teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti serta kondisi perusahaan yang kita teliti.

3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode statistik. Maksud pengujian hipotesis ini adalah untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan penulis dapat diterima atau malah sebaliknya ditolak. Langkah–langkah dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Penetapan hipotesis nol (Ho) dan hipotesis alternatif H_1

Hipotesis nol (Ho) adalah hipotesis tentang tidak adanya hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen yang telah ditentukan. Sedangkan hipotesis alternatif (H_1) adalah kebalikan dari hipotesis nol (Ho) dengan pernyataan bahwa:

Ho: Tidak memiliki hubungan antara pemberian kredit dengan pendapatan.

H_1: Memiliki hubungan antara pemberian kredit dengan pendapatan.

2. Menentukan **t** $_{hitung}$ dengan menggunakan statistik uji **–t** dengan rumus statistik yaitu :

$$t = r\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = nilai koefisien korelasi

r^2 = nilai koefisien determinasi

t = nilai uji -t

(n-2) = derajat kebebasan

3. Tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah 0,05. Tingkat signifikansi tersebut dipilih karena merupakan tingkat signifikansi yang umum digunakan dalam penelitian ilmu-ilmu sosial yang juga dinilai cukup

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

ketat untuk mewakili hubungan antar varibel yang diteliti.

4. Kaidah keputusan :
   a. Tolak Ho (terima H_1) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
   b. Terima Ho jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

D. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Reliabilitas

1) Produk Halal

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Hasil dari uji reliabilitas mencerminkan instrumen penelitian berdasarkan tingkat ketepatan suatu alat ukur, dalam pengertian bahwa hasil pengukuran yang didapatkan merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang diukur.

Salah satu metode pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *alpha cronbachs.* Standar yang digunakan untuk menentukan reliabel tidaknya suatu instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 5%. Tingkat reliabilitas dengan metode *alpha cronbachs* diukur pada skala 0 sampai dengan 1. Skala tersebut dikelompokan menjadi 5 kelas range yang sama , maka ukuran ketetapan alpha dapat diinterprestasikan sebagai berikut:

Tabel. 4.1.
Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha

No.	Alpha	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 s/d 0,20	Kurang Reliabel
2	> 0,20 s/d 0,40	Agak Reliabel
3	> 0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
4	> 0,60 s/d 0,80	Reliabel
5	> 0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

Tabel.4.2.
***Reliability Statistics* Pengetahuan Produk Halal**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.553	10

Untuk tabel di atas terlihat bahwa *alpha cronbachs* adalah 0,553 dengan

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

jumlah 10 kuesioner atau item dinyatakan reliabel. Nilai r untuk uji dua sisi untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% (p = 0,05) maka r_{tabel} adalah 0,2732 Sehingga dari output di atas dapat disimpulkan nilai *alpha cronbachs* = 0,553 ternyata lebih besar r_{tabel}0,2732 maka kuesioner yang diuji terbukti cukup reliabel. Karena nilai alpha cronbachs 0,553 terletak diantara 0,40 sampai dengan 0,60, Maka dalam hal ini dapat dikatakan cukup reliabel.

2) Keputusan Konsumen

Standar yang digunakan untuk menentukan reliabel tidaknya suatu instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 5%.Tingkat reliabilitas dengan metode *alpha cronbachs* diukur pada skala 0 sampai dengan 1.

Tabel.4.3.
***Reliability statistics* Keputusan Pembeli Konsumen**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	10

Untuk tabel di atas terlihat bahwa *alpha cronbachs* adalah 0,871 dengan jumlah 10 kuesioner atau item dinyatakan reliabel. Nilai r untuk uji dua sisi untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% (p = 0,05) maka r_{tabel} adalah 0,2732. Sehingga dari output di atas dapat disimpulkan nilai *Alpha Cronbachs* = 0,871 ternyata lebih besar r_{tabel} 0,2732 maka kuesioner yang diuji terbukti reliabel. Karena nilai alpha cronbachs 0,871 terletak diantara 0,80 sampai dengan 1,00, Maka dalam hal ini dapat dikatakan sangat reliabel.

4.2 Uji Validitas

1) Produk Halal

Berdasarkan hasil jawaban responden tentang produk halal yang diperoleh peneliti, maka salah satu uji yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Uji validitas digunakan mengetahui sejauh mana kesamaan antara variabel yang diukur dengan keadaan sebenarnya dilapangan.

Tabel.4.3.
Uji Validitas Produk Halal
Item-Total Statistics

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan1	42.06	4.439	.115	.563
Pernyataan2	41.94	3.939	.351	.494
pernyataan3	41.77	4.409	.185	.541
pernyataan4	41.75	4.304	.180	.545
pernyataan5	41.70	4.369	.248	.527
pernyataan6	41.72	3.784	.525	.449
pernyataan7	41.77	4.755	-.011	.593
pernyataan8	41.72	4.130	.377	.495
pernyataan9	41.91	4.318	.169	.548
pernyataan10	41.91	3.933	.358	.492

Untuk output *item total statistic* produk halal pada taraf kepercayaan 95% maka nilai r_{tabel} adalah 0,2732 .Dengan mengikuti persyaratan bahwa sebuah pernyataan dinyatakan valid maka nilai alpha dari tiap P pertanyaan di atas harus lebih besar dari 0,2732. Maka, dapat dilihat dari keseluruhan pernyataan yang ada, nilai alpha lebih besar dari 0,2732, itu artinya bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid, untuk produk halal.

2) Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil jawaban responden tentang keputusan konsumen yang diperoleh peneliti, maka salah satu uji yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Uji validitas digunakan mengetahui sejauh mana kesamaan antara variabel yang diukur dengan keadaan sebenarnya dilapangan.

Tabel.4.4
Uji Validitas Keputusan Konsumen

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan1	38.43	14.058	.592	.859
Pernyataan2	38.47	13.100	.827	.841
Pernyataan3	38.45	13.291	.760	.846
Pernyataan4	38.55	13.060	.696	.850
Pernyataan5	38.40	13.090	.731	.847
Pernyataan6	38.45	13.637	.581	.859
Pernyataan7	38.36	13.773	.633	.856
Pernyataan8	38.42	14.747	.317	.881
Pernyataan9	38.45	14.945	.284	.883
Penyataan10	38.47	13.562	.571	.860

Untuk output *item total statistic* keputusan konsumen pada taraf kepercayaan 95% maka nilai r_{tabel} adalah 0,2732 .Dengan mengikuti persyaratan bahwa sebuah pernyataan dinyatakan valid maka nilai alpha dari tiap P pertanyaan di atas harus lebih besar dari 0,2732. Maka, dapat dilihat dari keseluruhan pernyataan yang ada, nilai alpha lebih besar dari 0,2732, itu artinya bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid, untuk produk halal.

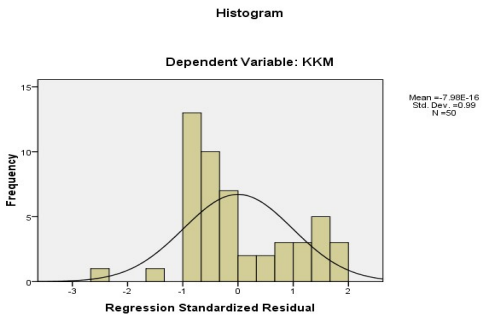
4.3 Pengujian Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

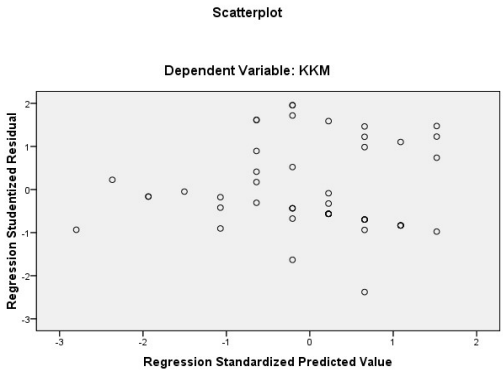
Uji normalitas data adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistik.Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang mampunyai pola seperti distribusi normal (distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan).Data variabel yang baik adalah data yang memiliki bentuk kurva dengan kemiringan sisi kanan dan sisi kiri, tidak condong ke kiri maupun ke kanan, melainkan ke tengah dengan bentuk seperti lonceng dengan mendekati nol.



4.3.2 Uji Heterokedasitas

Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* (acak).

Regresi dapat dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu. Tampak pada output di bawah ini diagram pencar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Sehingga kesimpulannya regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratam asumsi klasik tentang heteroskedastisitas.



4.3.3 Uji Multi Kolinieritas

Multikolinearitas artinya antarvariabel independen yang terdapat dalam model regresi memilliki hubungan yang linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

bahkan 1).Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya.Konsekuensi adanya multikolinearitas adalah koefisien korelasi variabel tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar atau tidak terhingga.

Salah satu cara untuk melihat apakah model regresi itu terkena multikolinearitas maka dapat dilihat dari nilai tolerance yang lebih kecil dari pada 0,1 dan *inflation factor* (VIF) yang lebih besar dari 10. Jika hal ini terjadi maka dapat dinyatakan bahwa model regresi terkena gangguan multikolinearitas.

Tabel.4.5.
Uji Multi Kolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.920	12.135		1.394	.170					
	PHL	.541	.261	.287	2.076	.043	.287	.287	.287	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KKM

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa VIF dari variabel bebas adalah lebih kecil dari 10. Dengan begitu dapat disimpulkan, bahwa model penelitian ini tidak terdapat multi kolinieritas.

4.3.4 Analisis Korelasi

Tabel.4.6.
Analisis Korelasi

Correlations

		KKM	PHL
Pearson Correlation	KKM	1.000	.287
	PHL	.287	1.000
Sig. (1-tailed)	KKM	.	.022
	PHL	.022	.
N	KKM	50	50
	PHL	50	50

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa korelasi antara produk halal (X1) dengan Keputusan Konsumen membeli produk (Y) sebesar 0,287, dan korelasi tersebut tidak signifikan pada taraf alfa 5%. Hal ini ditunjukan dengan nilai sig<0,5

4.4 Analisis Regresi Berganda

4.4.1 Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik tersebut maka dapat

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

dikatakan bahwa, model analisis berganda tersebut sudah memenuhi seluruh asumsi klasik, dengan menggunakan program komputer SPSS sebagai alat bantu dalam analisis diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 4.7.
Persamaan Regresi
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
´(Constant)	16.920	12.135		1.394	.170					
PHL	.541	.261	.287	2.076	.043	.287	.287	.287	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KKM

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut : Y=16,920 +0,541 (X1). Dari persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa besaran konstanta sebesar 16,920. Sementara itu koefisien keputusan konsumen dalam membeli produk halal sebesar 0,541.

4.4.2 Koefisien Determinasi

Tabel.4.8.
Koefisien Determinasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.287[a]	.082	.063	4.225	.082	4.309	1	48	.043	1.251

a. Predictors: (Constant), PHL
b. Dependent Variable: KKM

Persamaan tersebut juga menjelaskan bahwa semua variabel tersebut dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk halal, sebesar 28,7% atau 0,82% keputusan konsumen dalam membeli produk halal dipengaruhi variabel lain.

4.4.3 Hasil Uji T

Kemudian untuk menguji apakah variabel produk halal tersebut berpengaruh terhadap keputusan konsumen dlaam membeli, dapat dilakukan dengan penggujian dengan menggunakan uji_t. Pengujian tersebut dilakukan dengan dua arah, dengan menggunakan tingkat signifikan α = 0,5. Pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

antara-t hitung dengan t-tabel dengan krikteria kepusan :

Jika Sig>α = 0,5 : Ho diterima atau H1 ditolak

Jika Sig<α =0,5 : H1 diterima atau Ho ditolak

Tabel.4.9. Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.920	12.135		1.394	.170		
	PHL	.541	.261	.287	2.076	.043	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KKM

Berdasarkan hasil regresi yang dilakukan menunjukan nilai yang signifikan dari variabel Produk Halal sebesar 0,043 < 0,5. Hal ini berarti H1 diterima dan Ho ditolak pada tingkat signifikan 5%. Dengan demikian disimpulakn bahwa variabel signifikan berpengaruh terhadap keputusan Konsumen dalam membeli produk halal.

E. Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, melalui pembahasan atau pemaparan singkat yang telah dilakukan, maka didapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Label Halal dapat mempengaruhi keputusan konsumen yang ada di Sumatera Utara, khususnya di Kota Medan
2. Variabel Label Halal dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memutuskan membeli sebuah produk, adapun pengaruh yang hasilkan dalam penelitian ini adalah sebesar 54,1%

Daftar Pustaka

Andisasmito, Wiku. (2008). Audit Lingkungan Rumah Sakit. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Arikunto, S. (1996). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka.

Dermawan, Wibisono. (2003). Riset Bisnis: *Bantuan pada Praktisi dan Akademisi*. Jakarta: Gramidika Pustaka Utama.

Erlina. (2011). *Metodologi Penelitian*, Medan: Pusat Sistem

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

INTIQAD: JURNAL AGAMA DAN PENDIDIKAN ISLAM
ISSN 1979-9950 (print) || ISSN 2598-0033 (online), http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad
DOI: https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987
Published December 2018

Informasi (PSI) Kampus USU.

Fandy, Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.

Kotler, Harini. (2008). *Makroekonomi Pengantar.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989, pada tanggal 26 Jumadil Awal 1409 Hijriah atau 6 Januari 1989. LP POM MUI

Sugiono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Bandung: Alfabeta.

Wing, Wahyu Winarto. (2003). Analisi Ekonometrika dengan Eviews, Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan.

This is an open acces article under the CC-BY-SA lisence (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).