

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Identitas Responden

Identitas Responden yang mengindikasikan gambaran umum tentang responden yang dijadikan sampel penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner yang disebarakan sebanyak 119 responden.

5.1.1 Identitas Responden Konsumen

Responden Konsumen adalah orang yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk makanan halal yang di impor di TransMart, Lotte Mart dan Farmers berjumlah 119 responden sebagai sampel. Identitas responden konsumen dibagi berdasarkan Jenis Kelamin, Umur, Pekerjaan, Pendidikan Terakhir dan Pendapatan.

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini berjumlah 119 orang yang terdiri laki-laki dan perempuan. Identitas konsumen dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Responden (Orang) | Presentase (%) |
|----------------------|------------------------------|---------------------------|
| Laki – Laki | 60 | 50,42 |
| Perempuan | 59 | 49,57 |
| Jumlah | 119 | 100 |

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat dilihat bahwa masyarakat dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak mengkonsumsi makanan halal impor dengan persentase 50,42% dibandingkan dengan laki-laki dengan persentase

sebesar 49,57%

2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Responden pada penelitian ini memiliki umur rata-rata 17-55 tahun dimana umur tersebut merupakan kategori dewasa yang sudah dapat menentukan sendiri keinginan mereka terutama dalam membeli atau mengkonsumsi makanan impor. Karakteristik konsumen berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 2 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Responden (Orang) | Presentase (%) |
|----------------------|------------------------------|---------------------------|
| Laki – Laki | 60 | 50,42 |
| Perempuan | 59 | 49,57 |
| Jumlah | 119 | 100 |

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat dilihat bahwa masyarakat dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak mengkonsumsi makanan halal impor dengan persentase 50,42% dibandingkan dengan laki-laki dengan persentase sebesar 49,57%.

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu yang menjadi faktor seseorang dalam perilaku membeli sehingga mempengaruhi pola konsumsinya. Suatu pekerjaan yang dimiliki seseorang juga mempengaruhi gaya hidup yang juga menentukan perilaku konsumsinya. Identitas konsumen berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Responden (Orang) | Persentase (%) |
|------------------|--------------------------|-----------------------|
| Mahasiswa/i | 64 | 53,8 |
| Ibu Rumah Tangga | 1 | 0,9 |
| TNI/Polri | 4 | 3,3 |
| PNS | 15 | 12,6 |
| Pegawai | 15 | 12,6 |
| Wiraswasta | 6 | 5,1 |
| Pelajar | 14 | 11,7 |
| Jumlah | 119 | 100 |

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel 7 di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengkonsumsi makanan halal impor berprofesi sebagai Mahasiswa/i sebesar 53,8%, Ibu rumah tangga sebesar 0,9%, TNI/Polri sebesar 3,3%, PNS sebesar 12,6%, Pegawai sebesar 12,6%, Wiraswasta sebesar 5,1% dan Pelajar sebesar 11,7%.

4. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Identitas konsumen berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

| Pekerjaan | Responden (Orang) | Persentase (%) |
|------------------|--------------------------|-----------------------|
| SD | 0 | 0 |
| SMP | 5 | 4,2 |
| SMA | 69 | 58 |
| Diploma | 8 | 6,7 |
| S1 | 35 | 29,5 |
| S2/S3 | 2 | 1,6 |
| Jumlah | 119 | 100 |

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengkonsumsi makanan halal impor berdasarkan pendidikan terakhir SD sebesar 0%, SMP sebesar 4,2%, SMA sebesar 58%, Diploma sebesar 6,7%, S1 sebesar 29,5% dan S2/S3 sebesar 1,6%.

5. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Identitas konsumen berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel 9 berikut:

Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

| Pendapatan | Responden (Orang) | Persentase (%) |
|--------------------|------------------------------|-----------------------|
| 300.000 | 16 | 13,5 |
| 500.000 | 65 | 54,6 |
| 1.000.000 | 20 | 16,8 |
| 3.000.000 | 18 | 15,1 |
| 5.000.000 | 0 | 0 |
| Jumlah | 119 | 100 |
| Minimum : | 300.000 | |
| Maksimum : | 5.000.000 | |
| Rata-rata : | 1.500.840 | |

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel 9 di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengkonsumsi makanan halal impor berdasarkan pendapatan yaitu dengan pendapatan Rp. 300.000 sebanyak 16 orang dengan persentase 13,5%. Rp. 500.000 sebanyak 65 orang dengan persentase 54,6%, Rp. 1.000.000 sebanyak 20 orang dengan persentase 20%, Rp. 3.000.000 sebanyak 18 orang dengan persentase 15,1%.

1.2. Jenis Produk Impor Halal

Jenis produk impor terbagi menjadi dua yaitu makanan dan minuman. Berikut variasi jawaban responden terhadap jenis produk impor berlabel halal:

Tabel 10. Produk Impor Berlabel Halal

| Jenis Produk | Jumlah (Responden) | Persentase (%) |
|---------------------|---------------------------|-----------------------|
| Makanan | 65 | 54,6 |
| Minuman | 54 | 45,4 |
| Jumlah | 119 | 100 |

Sumber data: Lampiran 3

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan bahwa jumlah responden yang mengkonsumsi atau membeli produk impor berlabelisasi halal jenis makanan sebanyak 65 orang responden dengan persentase sebesar 54,6% sedangkan responden yang mengkonsumsi atau membeli produk impor berlabel halal jenis minuman sebanyak 54 orang responden dengan persentase sebesar 45,6%.

1.3. Analisis Variabel

1.3.1. Labelisasi Halal

Variabel labelisasi halal terdiri atas indikator gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, menempel pada kemasan, mutu makanan pada kemasan, dan label halal berdampak baik.

1. Indikator Gambar

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal sebuah produk dapat dicantumkan pada sebuah kemasan apabila produk tersebut telah mendapat sertifikasi halal oleh BPPOM MUI. Variasi jawaban responden untuk variabel labelisasi halal

dengan indikator gambar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Labelisasi Halal dengan Indikator Gambar

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|------------------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 79 | 66,39 | 1.422 |
| 2. | Setuju | 2 | 40 | 33,61 | 480 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Jumlah Kategori | | | 119 | 100 | 1.902 Sedang |

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal untuk indikator gambar yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 79 orang dengan presentase sebesar 66,39%. Setuju sebanyak 40 orang dengan presentase sebesar 33,61%. Dan tidak setuju sebanyak 0 orang dengan presentase 0%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.902. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator gambar memiliki kategori Sedang.

2. Indikator Tulisan

Tulisan yang tertera pada suatu kemasan produk merupakan penjelasan berupa nama pangan olahan yang terdiri atas produk, berat bersih, daftar bahan, nomor bpom, keterangan kadaluarsa, keterangan kandungan gizi dan logo halal. Variasi jawaban responden untuk variabel labelisasi halal dengan indikator gambar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Labelisasi Halal dengan Indikator Tulisan

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Presentase (%) | Total Skor |
|------------------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 73 | 61,34 | 1.314 |
| 2. | Setuju | 2 | 44 | 36,97 | 528 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 2 | 1,68 | 12 |
| Jumlah Kategori | | | 119 | 100 | 1.854 Tinggi |

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal untuk indikator tulisan yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 73 orang dengan presentase sebesar 61,34%. Setuju sebanyak 44 orang dengan presentase sebesar 36,97%. Dan tidak setuju sebanyak 2 orang dengan presentase 1,68%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.854. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator tulisan memiliki kategori tinggi.

3. Indikator Kombinasi Gambar dan Tulisan

Kombinasi gambar dan tulisan yang tertera pada kemasan merupakan label adapun yang tercantum pada label yaitu nama produk, daftar bahan yang digunakan, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, berat bersih, halal bagi dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi, keterangan kadaluarsa dan nomor izin edar. Variasi jawaban responden untuk variabel labelisasi halal dengan indikator gambar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Labelisasi Halal dengan Indikator Kombinasi Gambar dan Tulisan

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|------------------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 77 | 64,71 | 1.386 |
| 2. | Setuju | 2 | 42 | 35,29 | 504 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Jumlah Kategori | | | 119 | 100 | 1.890 Tinggi |

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 13 menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal untuk indikator kombinasi gambar dan tulisan yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 77 orang dengan presentase sebesar 64,71%. Setuju sebanyak 42 orang dengan presentase sebesar 35,29%. Dan tidak setuju sebanyak 0 orang dengan presentase 0%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.890. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator kombinasi gambar dan tulisan memiliki kategoritinggi.

4. Indikator Menempel pada Kemasan

Indikator menempel pada kemasan merupakan keterangan-keterangan yang terdapat pada kemasan produk. Variasi jawaban responden untuk variabel labelisasi halal dengan indikator gambar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Labelisasi Halal dengan Indikator Menempel pada Kemasan

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|------------------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 70 | 58,82 | 1.260 |
| 2. | Setuju | 2 | 49 | 41,18 | 588 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Jumlah Kategori | | | 119 | 100 | 1.848 Tinggi |

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 14 menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal untuk indikator menempel pada kemasan yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 70 orang dengan presentase sebesar 58,82%. Setuju sebanyak 49 orang dengan presentase sebesar 41,18%. Dan tidak setuju sebanyak 0 orang dengan presentase 0%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.848. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator menempel pada kemasan memiliki kategori tinggi.

5. Indikator Mutu Makanan pada Kemasan

Mutu makanan pada kemasan merupakan keterangan kualitas pangan yang ditentukan dengan pedoman mengikuti kriteria keamanan pangan dan kandungan gizi pangan. Kualitas dari suatu pangan dapat dilihat dari energi makanan dan umur simpan yang dimiliki pada kemasan. Variasi jawaban responden untuk variabel labelisasi halal dengan indikator mutu makanan pada kemasan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Labelisasi Halal dengan Indikator Mutu Makanan pada Kemasan.

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|-----------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 83 | 69,75 | 1.494 |
| 2. | Setuju | 2 | 36 | 30,25 | 432 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Jumlah | | | 119 | 100 | 1.926 |
| Kategori | | | | | Tinggi |

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 15 menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal untuk indikator mutu makanan pada kemasan yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 83 orang dengan presentase sebesar 69,75%. Setuju sebanyak

36 orang dengan presentase sebesar 30,25%. Dan tidak setuju sebanyak 0 orang dengan persentase 0%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.926. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator mutu makanan pada kemasan memiliki kategori tinggi.

6. Indikator Labelisasi Halal Berdampak Baik

Adanya labelisasi halal pada suatu produk akan membantu konsumen dalam memilih dan membeli makanan sehingga konsumen tidak perlu merasa cemas akan ke halalan produk. Variasi jawaban responden untuk variabel labelisasi halal dengan indikator labelisasi halal berdampak baik dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 16 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Labelisasi Halal dengan Indikator Labelisasi Halal Berdampak Baik

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|------------------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 22 | 18,49 | 396 |
| 2. | Setuju | 2 | 35 | 29,41 | 420 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 62 | 52,10 | 372 |
| Jumlah Kategori | | | 119 | 100 | 1.188 Sedang |

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 16 menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal untuk indikator mutu makanan pada kemasan yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 22 orang dengan presentase sebesar 18,49%. Setuju sebanyak 35 orang dengan presentase sebesar 29,41%. Dan tidak setuju sebanyak 62 orang dengan persentase 52,10%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.188. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator labelisasi halal berdampak baik memiliki kategori sedang.

1.3.2. Harga

Variabel harga terdiri atas indikator harga terjangkau, sesuai dengan kualitas dan rasa, lebih murah.

1. Indikator Harga Terjangkau

Harga terjangkau adalah harapan konsumen sebelum melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau. Variasi jawaban responden untuk variabel harga dengan indikator harga terjangkau dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Harga dengan Indikator Harga Terjangkau

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|------------------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 38 | 31,93 | 342 |
| 2. | Setuju | 2 | 57 | 47,90 | 342 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 24 | 20,17 | 72 |
| Jumlah Kategori | | | 119 | 100 | 756 |

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 17 menunjukkan bahwa variabel harga untuk indikator harga terjangkau yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 38 orang dengan presentase sebesar 31,93%. Setuju sebanyak 57 orang dengan presentase sebesar 47,90%. Dan tidak setuju sebanyak 24 orang dengan presentase 20,17%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 756. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator harga terjangkau memiliki kategori sedang.

2. Indikator Sesuai dengan Kualitas dan Rasa

Sesuai kualitas dan rasa merupakan komponen penting dalam sebuah produk untuk menjaga kualitas produk diantaranya rasa, kebersihan serta pengemasan dalam penyajian. Variasi jawaban responden untuk variabel harga dengan indikator sesuai dengan kualitas dan rasa dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 18 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Harga dengan Indikator Sesuai dengan Kualitas dan Rasa.

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|------------------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|-------------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 45 | 37,82 | 405 |
| 2. | Setuju | 2 | 71 | 59,66 | 426 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 3 | 2,52 | 9 |
| Jumlah Kategori | | | 119 | 100 | 840 Tinggi |

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 18 menunjukkan bahwa variabel harga untuk indikator harga terjangkau yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 45 orang dengan presentase sebesar 37,82%. Setuju sebanyak 71 orang dengan presentase sebesar 59,66%. Dan tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 2,52%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 840. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator sesuai dengan kualitas dan rasa memiliki kategori tinggi.

3. Indikator Lebih Murah

Harga yang jauh lebih murah akan lebih menarik minat beli konsumen. Variasi jawaban responden untuk variabel harga dengan indikator lebih murah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 19 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Harga dengan Indikator Lebih Murah

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|-----------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 39 | 32,77 | 351 |
| 2. | Setuju | 2 | 59 | 49,58 | 354 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 21 | 17,65 | 63 |
| Jumlah | | | 119 | 100 | 768 |
| Kategori | | | Sedang | | |

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 19 menunjukkan bahwa variabel harga untuk indikator lebih murah yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 39 orang dengan presentase sebesar 32,77%. Setuju sebanyak 59 orang dengan presentase sebesar 49,58%. Dan tidak setuju sebanyak 21 orang dengan presentase 17,65%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 768. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator lebih murah memiliki kategori sedang.

1.3.3. Keputusan Pembelian

Variabel keputusan pembelian terdiri atas pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah membeli.

1. Indikator Pengenalan Masalah

Tahap dimana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan yang didorong dari stimulus internal atau eksternal. Variasi jawaban responden untuk variabel keputusan pembelian dengan indikator pengenalan masalah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 20 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian dengan Indikator Pengenalan Masalah

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|-----------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 41 | 34,45 | 615 |
| 2. | Setuju | 2 | 70 | 58,82 | 700 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 8 | 6,72 | 40 |
| Jumlah | | | 119 | 100 | 1.355 |
| Kategori | | | | | Sedang |

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 20 menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian untuk indikator pengenalan masalah yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 41 orang dengan presentase sebesar 34,45%. Setuju sebanyak 70 orang dengan presentase sebesar 58,82%. Dan tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 6,72%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.355. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator lebih murah memiliki kategori sedang.

2. Indikator Pencarian Informasi

Pencarian informasi merupakan tahap mencari informasi mengenai produk baik harga, kualitas, komposisi, kehalalan, nomor izin edar sebelum konsumen melakukan pembelian makanan impor. Variasi jawaban responden untuk variabel keputusan pembelian dengan indikator pencarian informasi dapat dilihat padatable berikut:

Tabel 21 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian dengan Indikator Pencarian Informasi

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|-----------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 54 | 45,38 | 810 |
| 2. | Setuju | 2 | 62 | 52,10 | 620 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 3 | 2,52 | 15 |
| Jumlah | | | 119 | 100 | 1.445 |
| Kategori | | | | | Tinggi |

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 21 menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian untuk indikator pencarian informasi yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 54 orang dengan presentase sebesar 45,38%. Setuju sebanyak 62 orang dengan presentase sebesar 52,10%. Dan tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 2,52%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.445. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator pencarian informasi memiliki kategori tinggi.

3. Indikator Evaluasi Alternatif

Variasi jawaban responden untuk variabel keputusan pembelian dengan indikator evaluasi alternatif dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 22 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian dengan Indikator Evaluasi Alternatif

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|-----------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 54 | 45,38 | 810 |
| 2. | Setuju | 2 | 62 | 52,10 | 620 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 3 | 2,52 | 15 |
| Jumlah | | | 119 | 100 | 1.445 |
| Kategori | | | | | Tinggi |

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 22 menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian untuk indikator evaluasi alternatif yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 54 orang dengan presentase sebesar 45,38%. Setuju sebanyak 62 orang dengan presentase sebesar 52,10%. Dan tidak setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 2,52%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.445. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator pencarian informasi memiliki kategori tinggi.

4. Indikator Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu produk dengan berbagai pertimbangan- pertimbangan tertentu. Variasi jawaban responden untuk variabel keputusan pembelian dengan indikator keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 23 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian dengan Indikator Keputusan pembelian

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|------------------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 51 | 42,86 | 765 |
| 2. | Setuju | 2 | 63 | 52,94 | 630 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 5 | 4,20 | 25 |
| Jumlah Kategori | | | 119 | 100 | 1.420 Tinggi |

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 23 menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian untuk indikator keputusan pembelian yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 51 orang dengan presentase sebesar 42,86%. Setuju sebanyak 63 orang dengan presentase sebesar 52,94%. Dan tidak setuju sebanyak 5

orang dengan persentase 4,20%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.420. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator pencarian informasi memiliki kategori tinggi.

5. Indikator Perilaku Setelah Pembelian

Perilaku setelah pembelian yaitu konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidak puasan terhadap produk. Variasi jawaban responden untuk variabel keputusan pembelian dengan indikator pencarian informasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 24 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian dengan Indikator Perilaku Setelah Pembelian

| No. | Alternatif Jawaban Responden | Skor | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) | Total Skor |
|------------------------|------------------------------|------|-------------------|----------------|---------------------|
| 1. | Sangat Setuju | 3 | 38 | 31,93 | 570 |
| 2. | Setuju | 2 | 70 | 58,82 | 700 |
| 3. | Tidak Setuju | 1 | 11 | 9,24 | 55 |
| Jumlah Kategori | | | 119 | 100 | 1.325 Sedang |

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 24 menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian untuk indikator perilaku setelah pembelian yang memberi jawaban sangat setuju sebanyak 38 orang dengan presentase sebesar 31,93%. Setuju sebanyak 70 orang dengan persentase sebesar 58,82%. Dan tidak setuju sebanyak 11 orang dengan presentase 9,24%. Sehingga total skor yang dihasilkan sebesar 1.325. Skor tersebut menunjukkan bahwa indikator perilaku setelah pembelian memiliki kategori sedang.

1.4. Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas

1.4.1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan suatu ukuran tingkat kevalidan atau ketetapan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *software* SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) 20 for windows. Kriteria dalam menentukan uji validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut: (Yusup, 2018).

1. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka pernyataan dinyatakan valid.
2. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 25 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

| No. | Variabel | Indikator Variabel | Nilai Sig. | Keterangan |
|-----|---------------------|------------------------------------|----------------|------------|
| 1. | Labelisasi Halal | a. Gambar | 0,000 | Valid |
| | | b. Tulisan | 0,000 | Valid |
| | | c. Kombinasi gambar dan tulisan | 0,000 | Valid |
| | | d. Menempel pada kemasan | 0,000 0,000 | Valid |
| | | e. Mutu makanan berlabel halal | 0,000 | Valid |
| | | f. Label halal berdampak baik | | Valid |
| 2. | Harga | a. Harga terjangkau | 0,000 | Valid |
| | | b. Sesuai dengan kualitas dan rasa | 0,000 | Valid |
| | | c. Lebih murah | 0,000 | Valid |
| 3. | Keputusan Pembelian | a. Pengenalan masalah | 0,000 | Valid |
| | | b. Pencarian informasi | 0,000 | Valid |
| | | c. Evaluasi alternatif | 0,000 | Valid |
| | | d. Keputusan pembelian | 0,000 | Valid |
| | | e. Perilaku setelah pembelian | 0,000 | Valid |

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 20 diperoleh nilai signifikansi lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner dinyatakan valid.

1.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah menguji apakah hasil kuesioner atau angket dapat dipercaya atau tidak. Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal dapat dilakukan dengan *test retest* (*stability*), *egivalent*, dan gabungan keduanya. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang diuji adalah hanya item yang valid. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *software* SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) 20 for windows dengan kriteria sebagai berikut: (Yusup, 2018).

1. Jika nilai koefisien reabilitas (*Cronbach's Alpha*) $\geq 0,6$ maka instrumen memiliki reabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen ialah reliabel.
2. Jika nilai koefisien reabilitas (*Cronbach's Alpha*) $\leq 0,6$ maka instrumen yang diuji tersebut tidak reliabel.

Tabel 26 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

| No. | Variabel | Cronbach Alpha | Keterangan |
|-----|---------------------|----------------|------------|
| 1. | Labelisasi Halal | 0,776 | Reliabel |
| 2. | Harga | 0,839 | Reliabel |
| 3. | Keputusan Pembelian | 0,826 | Reliabel |

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan tabel 26 hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh nilai Cronbach's Alpha untuk variabel labelisasi halal senilai 0,776, nilai untuk variabel harga senilai 0,839 dan variabel keputusan pembelian senilai 0,826. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan

kuesioner dinyatakan reliabel karena nilai r alpha lebih besar dari nilai r tabel dengan taraf signifikansi 5%.

1.4.3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu mode regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sebaliknya, jika dihasilkan nilai signifikansi dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

Tabel 27 Hasil Uji Normalitas Instrumen Penelitian

| Uraian | Nilai |
|------------------------|--------------|
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0,356 |
| Alpha | 0,05 |
| Keterangan | Normal |

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 27 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,356 yang artinya lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogrov-smirnov, dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

1.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Adapun metode yang digunakan dalam analisis data ini adalah menggunakan metode Regresi Linear Berganda dengan menggunakan software IBM SPSS 20. Maka, rumus persamaan regresi linear berganda yang digunakan

dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

$b_1 - b_2$ = Koefisien regresi

X1 = Labelisasi halal

X2 = Harga

e = Tingkat eror / tingkat kesalahan ($\alpha = 5\%$)

Tabel 28 Model Regresi Linear Berganda

| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| | B | Std. Error | Beta |
| Constant (Y) | 3,598 | ,895 | |
| Labelisasi Halal | ,137 | ,069 | ,138 |
| Harga | ,898 | ,092 | ,685 |

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan tabel 28 dapat diketahui model regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,598 + 0,137X_1 + 0,898X_2 + 0,895$$

1. Konstanta sebesar 3,598 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel labelisasi halal dan harga, maka keputusan pembelian konsumen sebesar 3,598.
2. Nilai koefisien regresi variabel labelisasi halal sebesar 0,137 artinya jika setiap

peningkatan variabel labelisasi halal sebesar satu satuan maka keputusan pembelian konsumen meningkat sebesar 0,137 atau 13,7%.

3. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,898 artinya jika setiap peningkatan variabel harga sebesar satu satuan maka keputusan pembelian konsumen meningkat sebesar 0,898 atau 89,8%.

5.4.1 Uji F (Serempak)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (serempak) terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan nilai signifikansi hasil output pada *software statistic*.

1. Jika nilai sig. $\leq 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai sig. $\geq 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 29 Hasil Uji F (Simultan)

| Model | F | Sig. | Keterangan |
|------------|--------|---------|------------|
| Regression | 81,706 | ,000 ** | Signifikan |
| Residual | | | |
| Total | | | |

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 29 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa $0,000 < 0,05$ artinya variabel labelisasi halal dan harga secara simultan berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk makanan impor berlabelisasi halal. Dengan

demikian, Hipotesis diterima karena variabel labelisasi halal dan harga sama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.4.2 Uji t (Parsial)

Uji signifikan parsial (Uji-t) bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial (individual), dengan menggunakan derajat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05). Sebagai dasar pengambilan keputusan konsumen dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai sig. $\leq 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai sig. $\geq 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 30 Hasil Uji t (Parsial)

| Model | Unstandardized B | t | Signifikan | Keterangan |
|------------------|-------------------------|----------|-------------------|-------------------|
| Constant (Y) | 3,598 | 4,020 | ,000 | |
| Labelisasi Halal | 0,137 | 1,977 | ,050 * | Signifikan |
| Harga | 0,898 | 6,812 | ,000 ** | Signifikan |

Sumber: Lampiran 9

1. Nilai signifikansi labelisasi halal terhadap keputusan pembelian sebesar 0,050.

Berdasarkan tabel diatas, dari variabel yang dimasukkan kedalam model regresi. Variabel X1 (Labelisasi Halal) berpengaruh signifikan terhadap Y (Keputusan Pembelian) hal ini dilihat dari signifikan label halal sebesar 0,050 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t hitung sebesar 1,977 yang berarti t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 1,657.

2. Nilai signifikansi harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,000.

Berdasarkan tabel diatas, dari variabel yang dimasukkan kedalam model regresi. Variabel X2 (Harga) berpengaruh signifikan terhadap Y (Keputusan Pembelian) hal ini dilihat dari signifikan harga sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan 0,05.