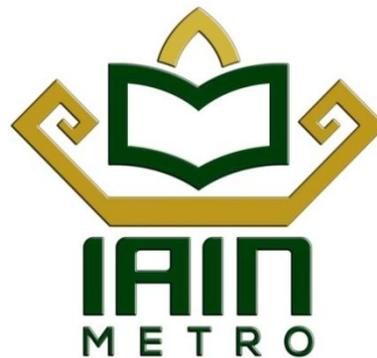


SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN *RELIGIUSITAS* TERHADAP
KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK
MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA
TULANG BAWANG**

Oleh:

**DILLA ISTICHOMAH
NPM. 2003010016**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/2024 M**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN *RELIGIUSITAS* TERHADAP
KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK
MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWATAMA
TULANG BAWANG**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

DILLA ISTICHOMAH
NPM. 2003010016

Pembimbing: Muhammad Mujib Baidhowi, M.E

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/2024



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
e-email: iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk di Munaqosahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : DILLA ISTICHOMAH
NPM : 2003010016
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
judul : **PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG BAWANG**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam untuk di munaqosahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 14 Mei 2024
Dosen Pembimbing

Muhammad Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH PENGETAHUAN DAN *RELIGIUSITAS*
TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT DALAM
KONSUMSI PRODUK MAKANAN HALAL DI
KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG BAWANG

Nama : DILLA ISTICHOMAH

NPM : 2003010016

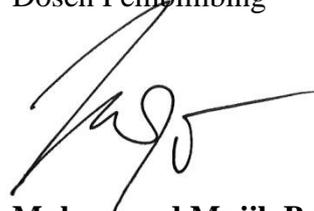
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosahkan dalam sidang Munaqosahkan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 14 Mei 2024
Dosen Pembimbing



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

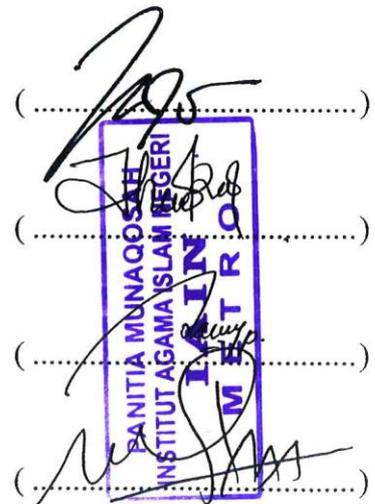
PENGESAHAN SKRIPSI

No. : B-1707 / 11-28-3 / D / PP.00-9 / 06 / 2024

Skripsi dengan Judul: PENGARUH PENGETAHUAN DAN *RELIGIUSITAS* TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG BAWANG, disusun Oleh: DILLA ISTICHOMAH, NPM: 2003010016, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa/28 Mei 2024.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Muhammad Mujib Baidhowi, M.E	(.....)
Penguji I	: Hermanita, M.M	(.....)
Penguji II	: Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy	(.....)
Sekretaris	: Liana Dewi Susanti, M.E.Sy	(.....)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN DAN *RELIGIUSITAS* TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG BAWANG

Oleh:
DILLA ISTICHOMAH
NPM. 2003010016

Penelitian ini dilatarbelakangi minimnya kesadaran masyarakat dalam memilih ataupun mengonsumsi suatu produk makanan yang halal. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang produk halal. Selain itu, banyaknya peredaran produk yang sulit dikontrol karena meningkatnya rekayasa genetik, teknologi pangan dan lain sebagainya. Mayoritas penduduk di Indonesia adalah beragama Islam, oleh karena sangat penting memiliki kesadaran pada produk halal hal terlebih lagi pada produk makanan. Sehingga konsumen agar lebih waspada dalam membeli ataupun mengonsumsi produk makanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan model pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan Google Form, observasi dan dokumentasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, dengan masyarakat di Kecamatan Penawartama sebagai sampel penelitian. Kemudian data diolah menggunakan SPSS versi 25. Teknik analisis data yang digunakan yaitu: uji instrument, analisis linier berganda, dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran masyarakat dengan nilai t-hitung $1,106 < 1,984$ dan nilai sign. $0,271 > 0,05$. Sedangkan variabel *religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap kesadaran masyarakat dengan nilai t-hitung $2,042 > 1,984$ dan nilai sign. $0,044 < 0,05$. Pengetahuan dan *religiusitas* berpengaruh secara simultan terhadap kesadaran masyarakat di Kecamatan Penawartama dengan nilai f-hitung $4,853 > 3,09$ dan nilai sign. $0,01 < 0,05$.

Kata Kunci: Pengetahuan, *Religiusitas*, Kesadaran

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dilla Istichomah

NPM : 2003010016

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 14 Mei 2024
Yang Menyatakan,



Dilla Istichomah
NPM. 2003010016

MOTTO

ذَلِكَ الَّذِي يُبَشِّرُ اللَّهُ عِبَادَهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ
أَجْرًا إِلَّا الْمَوَدَّةَ فِي الْقُرْبَىٰ وَمَن يَقْتَرِفْ حَسَنَةً نَّزِدْ لَهُ فِيهَا حُسْنًا إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ
شَكُورٌ ﴿٢٣﴾ (سورة الشورى, ٢٣)

Itulah (karunia) yang diberitahukan Allah untuk menggembirakan hamba-hamba-Nya yang beriman dan mengerjakan kebajikan. Katakanlah (Muhammad), “Aku tidak meminta kepadamu sesuatu imbalan pun atas seruanmu kecuali kasih sayang dalam kekeluargaan.” Dan barangsiapa mengerjakan kebaikan akan Kami tambahkan kebaikan baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Mensyukuri.

(Q.S Asy-Syura:23)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, maka dengan cinta dan ketulusan hati karya ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Yarkoni dan Alm. Ibunda Maryuning yang selalu memberikan dukungan, doa serta kepercayaan untuk melanjutkan pendidikan. Terimakasih untuk semua pengorbanan, kasih sayang, kerja keras, waktu, dan nasihat yang telah diberikan sehingga sampai saat ini.
2. Kakakku terkasih Ahmad Widiyanto yang telah ikut andil dalam membantu serta dukungannya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dan adikku tersayang Raffi Nur Firdawati yang selalu ada serta menemani setiap langkah, apapun pilihan yang ku ambil dialah orang pertama yang mengetahuinya. Kakak dan adik adalah bentuk cinta, keluarga dan persahabatan yang paling murni.
3. Bapak Muhammad Mujib Baidhowi, M.E. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan serta mengarahkan peneliti dengan penuh kesabaran dalam menyusun skripsi ini.
4. Sahabatku Dwi Erina Sari dan Winda Yulia Pratiwi yang selalu menjadi tempat bertukar cerita dan pendapat selama menempuh pendidikan. Yang selalu senantiasa memberikan motivasi, dukungan dan arahan untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
5. Teman-teman seperjuangan yang saling menguatkan dan mengingatkan, serta membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga setiap doa dan mimpi yang dinantikan akan terkabul.
6. Semua pihak yang turut serta membantu dan memudahkan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Ekonomi Syariah).

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Dan *Religiusitas* Terhadap Kesadaran Masyarakat Dalam Konsumsi Produk Makanan Halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program strata satu Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag. PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Yudhistira Ardana, M.E.K selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Muhammad Mujib Baidhowi, M.E selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta motivasi pada penyusunan proposal skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta saran selama peneliti menempuh pendidikan.

Peneliti menyadari, bahwa penyusunan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaannya. Semoga hasil skripsi ini dapat dikembangkan menjadi penelitian yang lebih lanjut.

Metro, 14 Mei 2024
Peneliti,



Dilla Istichomah
NPM.2003010016

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORASINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
F. Penelitian Relevan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengetahuan	15
1. Pengertian Pengetahuan	15
2. Pengetahuan Produk Halal	16
3. Jenis-jenis Pengetahuan	17
4. Indikator Pengetahuan	18
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan	19

B. <i>Religiusitas</i>	20
1. Pengertian <i>Religiusitas</i>	20
2. Indikator <i>Religiusitas</i>	21
3. Faktor yang Mempengaruhi <i>Religiusitas</i>	22
C. Kesadaran	25
1. Pengertian Kesadaran	25
2. Indikator Kesadaran	26
3. Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran	27
D. Makanan Halal	28
1. Perintah Mengonsumsi Makanan Halal	29
2. Kriteria Makanan Halal	30
E. Kerangka Berfikir.....	31
F. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	34
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	34
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Instrument Penelitian	40
F. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
B. Karakteristik Responden	49
C. Hasil Penelitian	54
D. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pendidikan di Kecamatan Penawartama	6
Tabel 1.2	Jumlah Penduduk di Kecamatan Penawartama	7
Tabel 1.3	Penelitian Relevan.....	11
Tabel 3.1	Jumlah Populasi	36
Tabel 3.2	Skala Likert	40
Tabel 3.3	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	41
Tabel 4.1	Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Pengetahuan.....	51
Tabel 4.2	Hasil Jawaban Responden Pada Variabel <i>Religiusitas</i>	52
Tabel 4.3	Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kesadaran	53
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Instrument Pengetahuan.....	54
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Instrument <i>Religiusitas</i>	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrument Kesadaran	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.12	Hasil Uji T (Parsial)	61
Tabel 4.13	Hasil Uji F (Simultan).....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2 Karkteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

1. Jawaban Responden
2. Tabulasi Data
3. Tabel Corelasi Uji Validitas Variabel
4. Tabel Reliability Statistics
5. Hasil Olah Data
6. Tabel r
7. Tabel t
8. Tabel f
9. Surat Keterangan Pembimbing
10. Outline
11. Alat Pengumpul Data
12. Surat Tugas
13. Surat Izin Research
14. Surat Balasan Izin Research
15. Surat Keterangan Bebas Pustaka
16. Surat Keterangan Uji Plagiasi Turnitin
17. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
18. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan data statistik pada tahun 2022, jumlah penduduk di Indonesia mencapai 275,78 juta orang.¹ Dengan jumlah penduduk yang beragama islam sebanyak 240,62 juta orang, yang berarti terdapat 86,7% penduduk muslim dari total penduduk di Indonesia.² Berdasarkan banyaknya jumlah penduduk muslim di Indonesia dapat dijadikan potensi pasar bagi produk-produk halal.³ Seseorang mengkonsumsi suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya tidak hanya mengutamakan nilai gunanya, namun mempertimbangkan manfaat dari mengkonsumsi suatu barang atau jasa tersebut.⁴

Umat muslim dibatasi dengan kehalalan dan keharaman yang telah dijelaskan dalam Al-Quran dan Hadist. Aturan tentang halal dan haram ditetapkan untuk mewujudkan kehidupan yang layak dan baik bagi mereka dan menjaga kehormatan manusia. Barang siapa mentaati dan menjalankan aturan halal dan haram, maka ia berhak mendapatkan kebahagiaan dan kesejahteraan karena ia telah beriman dan berada di jalan yang benar.⁵

¹ *Badan Pusat Statistik Indonesia*, 2022.

² Monavia Ayu Rizaty, "Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada 2022," *DataIndonesia.id*, 2023.

³ Sukoso et al., "Ekosistem Industri Halal," in *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 2020; 47.

⁴ Eliza Mahzura Nasution and Umami Azhany Husna Nasution, "Konsumsi Makanan Halal Dan Haram Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3, no. 2 (2023).

⁵ Aufa Islami, "Analisis Hukum Islam Terhadap Sertifikat Halal Pada Produk Makanan (Roti) Di Kota Padang," *TAWAZUN : Journal of Sharia Economic Law* 5, no. 2 (2023).

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Oleh sebab itu, sebaiknya konstitusi wajib menjamin masyarakatnya dalam memperoleh produk yang halal. Namun yang terjadi, peredaran produk sulit dikontrol karena meningkatnya rekayasa genetik, teknologi pangan, bioteknologi dan lain sebagainya.⁶

Permasalahan utama yang terjadi di Indonesia adalah kesadaran secara individu yang sangat minim akan pengetahuan produk halal, namun sampai saat ini masyarakat yang membeli produk dengan dilatarbelakangi oleh pengetahuan yang sangat minim akan sebuah produk yang beredar di masyarakat. Anggapan pada sebuah produk makanan halal itu merupakan sebuah makanan yang hanya bahan dari produk itu saja yang halal, tanpa melihat asal muasal produk itu dari mana yang digunakan itu apa saja, cara untuk mendistribusikannya bagaimana dan cara menyimpanpun itu bagaimana, semua itu harus diperhatikan kehalalannya. Untuk itu MUI mewajibkan pada pengusaha makanan ataupun makanan yang menciptakan sebuah produk untuk bisa mendaftarkan usahanya untuk mempunyai label halal dalam kemasan produknya.⁷

Perihal label halal banyak dari masyarakat Indonesia khususnya konsumen muslim, beranggapan ketika tinggal di negara dengan mayoritas beragama Islam mereka hanya percaya dengan produk makanan yang dijual di

⁶ Syafrida, "Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim," *ADIL: Jurnal Hukum* 7, no. 2 (2019).

⁷ Karlina Gerungan dan Putri Karina, "Analisa Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Restoran Surabaya," *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 72, no. 2 (2019).

Indonesia ini sudah halal tanpa melihat apakah produk makanan tersebut sudah berlogo halal apa belum. Itu menandakan bahwa Muslim Indonesia belum bisa sepenuhnya melakukan perintah Allah SWT yang sudah dituliskan di Al-qur'an.⁸

Label halal merupakan pencantuman logo halal pada kemasan. Label halal pada suatu kemasan berfungsi untuk menunjukkan bahwa produk tersebut telah berstatus halal. Oleh sebab itu, Kesadaran halal merupakan kunci bagi muslim mengenai persoalan makanan atau barang bukan hanya sebatas halal dan aman, namun berdampak pada sah tidaknya ibadah seorang akibat makanan atau barang yang dikonsumsinya.⁹

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kesadaran konsumen mengenai produk makanan halal. Makanan halal sendiri merupakan semua jenis makanan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi sesuai dengan ketentuan syariat islam. sehingga produk makanan yang halal menjadi prioritas umat muslim.¹⁰

Pengetahuan produk halal ini adalah salah satu faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku para konsumen terkait dengan pembelian sebuah produk. Konsumen muslim yang memiliki pengetahuan mengenai halal yang terbatas akan mengalami kesulitan dalam memilih produk halal.

⁸ Hayyun Durrotul Faridah, "Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi," *Journal of Halal Product and Research* 2, no. 2 (2019): 68–78..

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Dani Kusumastuti, "Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis," *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2020).

Oleh karena itu, konsumen muslim perlu dibekali dengan pengetahuan yang memumpuni mengenai produk halal.¹¹

Sedangkan untuk faktor yang kedua yaitu *religiusitas* atau bisa disebut juga dengan tingkat kesadaran ini dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana sikap komitmen seseorang konsumen terhadap ketentuan – ketentuan agama yang dianutnya.¹²

Ada banyak hal yang dapat dilakukan dalam memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan. Salah satu caranya yang dapat dilakukan ialah dengan melihat informasi yang ada pada produk. Untuk mengembangkan suatu produk juga mencantumkan manfaat yang akan ditawarkan kepada para konsumen. label pada produk sangatlah penting bagi konsumen dan dijadikan dasar bagi konsumen dalam pemilihan suatu produk.¹³

Ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Hasbi Assidiki Mauluddin dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran konsumen di Bandung terhadap produk halal masih rendah karena mereka tidak mempercayai penyedia produk bahkan logo halal.¹⁴

Begitupula penelitian yang dilakukan oleh Endang S. Soesilowati dan Chitra Indah Yuliana dengan hasil penelitian menunjukan responden di Bali dan Banten bahwa di area mayoritas dan minoritas muslim berperilaku dalam mengkonsumsi makanan halal lebih dikaitkan dengan alasan dari dirinya

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*

¹³ Ariezal Musthofa and Burhanudin, “Konsumen Muslim : Pengetahuan Produk Halal Dalam Keputusan Pembelian Makanan,” *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2021).

¹⁴ Setiawan dan Hasbi Assidiki Mauluddi, “At-Tijarah : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Kota Bandung,” *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2019).

sendiri, atau karena mereka memang menyukainya (sikap), daripada alasan adanya tuntutan dan penilaian negatif dari lingkungan sekitar atau pihak eksternal.¹⁵

Hasil wawancara yang dilakukan kepada saudari Fitri dan Yeni, beliau mengatakan bahwa mereka mengetahui makanan yang dikonsumsinya itu halal karena melihat adanya label halal pada produk, dan juga mengetahui makanan yang dikonsumsinya tidak mengandung zat yang haram. Namun, saudari Andini, Winda dan Dwi mengatakan bahwa membeli produk makanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, begitu pula saat membeli suatu produk tidak melihat label halal pada produk. Selain itu saudari Eka mengatakan mengonsumsi produk makanan hanya karena ingin memakannya terlebih lagi produk tersebut sedang viral. Begitu juga yang dikatakan oleh Ibu Sulis dan Ibu Siti bahwasanya beliau mengetahui makanan halal namun saat membeli suatu produk makanan tidak memperhatikan apakah produk tersebut berlabel halal atau tidak, karena beliau sangat yakin bahwa makanan yang dikonsumsinya halal karena tidak mengandung bahan yang dilarang oleh agama.¹⁶

Berdasarkan dari wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada delapan narasumber bahwa kesadaran terhadap makanan halal masih rendah. Hal itu terjadi karena masyarakat belum begitu memahami pengetahuan akan

¹⁵ Endang S Soesilowati dan Indah Yuliana, "Di Area Mayoritas Dan Minoritas Muslim A Comparison Of Consumers ' S Behaviour In Muslim Majority," *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 21, no. 2 (2010).

¹⁶ Wawancara pada tanggal 23 Desember 2023

produk halal tersebut, dan memang dari segi tingkat berhati-hatian sangat rendah serta untuk pemahaman jaminan produk mengenai kehalalan produk.

Hasil dari wawancara yang dilakukan kepada saudari Fitri, Yeni, Ibu Sulis dan Ibu Siti mengetahui makanan yang dikonsumsi tidak mengandung bahan atau zat yang haram, yang artinya memiliki religiusitas yang tinggi terhadap perintah agama islam.

Makanan kemasan menjadi salah satu produk yang selalu dikonsumsi oleh masyarakat di Kecamatan ini, dengan penyajian yang simple dan praktis menjadi pilihan masyarakat untuk mengonsumsinya. Selain mudah untuk didapatkan, harga makanan kemasan sangatlah terjangkau. Namun, dengan banyaknya makanan yang ada di Kecamatan Penawartama masih terdapat beberapa makanan yang tidak memiliki label halal pada kemasannya. Oleh karena itu kesadaran masyarakat akan produk makanan kemasan sangatlah penting untuk melihat produk yang dikonsumsi telah halal.

Tabel 1.1
Data Pendidikan di Kecamatan Penawartama

Jenjang Pendidikan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
SD	2.785	2171	4.956
SMP	2964	2913	5.877
SMA	3893	3587	7.480
D1/D2/D3	94	154	248
D4/S1	284	398	682
S2/S3	29	37	66
	10.049	9260	19.309

Sumber: Data Primer

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa yang menempuh pendidikan sampai sekolah menengah atas (SMA) yang paling banyak ditempuh. Hal ini

pendidikan masyarakat di kecamatan Penawartama dapat mempengaruhi pengetahuan. Pengetahuan dan *religiusitas* memiliki peran dalam memilih ataupun mengonsumsi suatu makanan.

Kecamatan Penawartama yang merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Tulang Bawang, dengan jumlah penduduk 31.245 dari 14 desa. Berikut jumlah penduduk di Kecamatan Penawartama berdasarkan kelompok umur.¹⁷

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk Di Kecamatan Penawartama

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
0 – 4	844	816	1660
5 – 9	1388	1249	2637
10 – 14	1519	1456	2975
15 – 19	1245	1170	2415
20 -24	1241	1220	2461
25 – 29	1319	1323	2642
30 – 34	1414	1346	2760
35 – 39	1341	1299	2640
40 – 44	1295	1274	2569
45 – 49	1174	130	1304
50 – 54	999	982	1981
55 – 59	813	799	1612
60 - 64	739	623	1362
65 – 69	457	365	822
70 – 74	382	252	634
➤ 75	435	336	771
Jumlah	16605	14640	31245

Sumber: BPS Tulang Bawang

Berdasarkan dari data diatas, peneliti memfokuskan penelitian di masyarakat dengan rentan umur 20-34 tahun, karena pada umur tersebut konsumsi yang meningkat diakibatkan dengan perubahan gaya hidup. Dimana

¹⁷ Jumlah Penduduk Kecamatan Penawartama Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Dukcapil) (Jiwa), 2022.

setiap orang lebih sering mengonsumsi makanan tanpa memikirkan dampak kesehatannya. Sebab Makanan yang halal dan sehat akan memberikan manfaat yang optimal dan sebaliknya makanan yang tidak sehat dan halal akan memberikan dampak yang negatif bagi tubuh berupa penyakit.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah peneliti jelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih jauh mengenai **“PENGARUH PENGETAHUAN DAN *RELIGIUSITAS* TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG BAWANG”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas terdapat masalah yang diuraikan peneliti, yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat di Kecamatan Penawartama dalam memahami produk makanan halal.
2. Masyarakat lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan dalam mengonsumsi makanan terlebih lagi makanan tersebut sedang viral.
3. Keyakinan seseorang terhadap agamanya memiliki peran yang sangat penting dalam menggunakan produk makanan halal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, untuk menghindari meluasnya masalah yang akan diteliti dan menyimpang dari pokok permasalahan maka peneliti membatasi permasalahan yaitu: peneliti berfokus pada pengetahuan

dan *religiusitas* terhadap produk makanan halal, serta memfokuskan penelitian pada masyarakat dengan rentan umur 20 sampai 34 tahun.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang?
2. Bagaimana pengaruh *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan dan *religiusitas* secara bersama-sama terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan, dapat dipahami bahwa tujuan penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengetahuan dan *religiusitas* secara bersama-sama terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh pengetahuan dan *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat dalam menggunakan produk halal ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

a. Manfaat teoritis

Secara teoritis manfaat penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi atau tambahan literatur dan menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti selanjutnya serta pembaca mengenai pengaruh pengetahuan dan *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal.

b. Manfaat praktis

1) Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai produk makanan halal.

2) Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai pengaruh

pengetahuan dan religiusitas terhadap kesadaran produk makanan halal.

F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi uraian mengenai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan dikaji. Beberapa penelitian yang relevan, yaitu:

Tabel 1.3
Penelitian Relevan

No	Penulis/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Andi Athifah Amaliah. 2020. ¹⁸	Pengaruh <i>Religiusitas</i> , Pengetahuan Dan Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2016-2019 Uin Alauddin Makassar)	Sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dan untuk variabel bebas dan variabel terikatnya sama.	Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti hanya menggunakan 2 variabel bebas.	Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa <i>religiusitas</i> (X1), pengetahuan (X2), dan media sosial (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kesadaran konsumen pada produk halal (Y). dengan masing-masing nilai signifikannya lebih rendah dari 0,05.
2	Inarotul Ulya. 2021. ¹⁹	Pengaruh Sertifikasi Halal,	Sama-sama menggunakan jenis	Penelitian ini menggunakan 3 variabel	Hasil dari penelitian ini bahwasanya

¹⁸ Andi Athifah Amaliah, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2016-2019 Uin Alauddin Makassar)” (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2020).

¹⁹ Inarotul Ulya, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas Dan Bahan Manan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)” (UIN Walisongo Semarang, 2021).

No	Penulis/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		<i>Religiusitas</i> Dan Bahan Manan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Mahasiswa FEBI UIN Walisono Semarang)	penelitian Kuantitatif, dan salah satu variabel bebasnya sama menggunakan variabel Religuisitas	bebas dan lebih berfokus pada minat beli produk makanan halal. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti hanya menggunakan 2 variabel bebas. Dan berfokus pada kesadaran masyarakat pada produk makanan halal.	sertifikasi halal, Religuisitas, serta bahan makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk makanan halal.
3	Putri Afifah Arsad, 2023. ²⁰	Pengaruh <i>Religiusitas</i> Islam Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Merek Wardah Di Kota Medan (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Hukum Universitas Medan Area Tahun 2021)	Sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan variabel bebas yang sama.	Penelitian ini menggunakan variabel terikat yang berbeda yaitu keputusa pembelian sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti variabel dependennya yaitu kesadaran dalam konsumsi produk makanan halal.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa signifikansi X2 untuk produk halal adalah $0,000 < 0,05$ sehingga produk halal berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian, sehingga keputusan pembelian H2 diterima, signifikansi $0,000 < 0,05$ maka variabel bebas (<i>religiusitas</i> Islam dan produk halal secara simultan berpengaruh

²⁰ Putri Afifah Arsad, “Pengaruh Religiusitas Islam Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Merek Wardah Di Kota Medan (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Hukum Universitas Medan Area Tahun 2021)” (Universitas Medan Area, 2023).

No	Penulis/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
					positif dan signifikan pada variabel dependen (keputusan pembelian) maka H3 diterima.
4	Syarifah Khairunnisa, Sofian Muhlisin, Yono ²¹	Pengaruh Pengetahuan Produk, <i>Religiusitas</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor	Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif, dan menggunakan variabel pengetahuan dan <i>religiusitas</i> .	Penelitian ini menggunakan variabel terikat yang berbeda yaitu keputusan pembelian produk halal. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan variabel terikat kesadaran produk makanan halal.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel <i>religiusitas</i> dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5	Tri Wahyuni, Miti Yarmunida, Debby Arisandi. 2022. ²²	Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu	Penelitian ini sama-sama membahas mengenai kesadaran halal terhadap suatu produk.	Penelitian membahas secara rinci mengenai kesadaran masyarakat milenial terhadap produk UMKM, terutama pada makanan berat.	. Hasil penelitian menunjukan bahwa masyarakat generasi milenial sadar dan mengerti akan kesadaran halal karena merupakan suatu kewajiban

²¹ Syarifah Khairunnisa, Sofian Muhlisin, and Yono, "Pengaruh Pengetahuan Produk, *Religiusitas* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal Di Kota Bogor," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 2 (2023).

²² Tri Wahyuni, Miti Yarmunida, and Debby Arisandi, "Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22, no. 3 (2022).

No	Penulis/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
				Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu bagaimana pengetahuan dan <i>Religiusitas</i> berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat terhadap produk halal pada makanan kemasan .	agama dalam menjalankanny a. Perilaku atau tindakan masyarakat generasi milenial selaras dengan pengetahuan yang dimiliki dan diaplikasikan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.

Pada penelitian relevan tersebut, peneliti melihat dari perbedaan untuk melakukan pembaruan yang terletak pada subjek dan lokasi. Untuk lokasi yang digunakan peneliti berbeda yaitu di Kecamatan Penawartama. Selain itu populasi yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu kepada masyarakat yang tentunya dari tingkat pendidikan dan pemahaman yang berbeda-beda. Dan juga metode pengumpulan data yang dilakukan terdapat perbedaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan

Para ahli psikologi kognitif membagi pengetahuan ke dalam pengetahuan deklaratif (*Declarative knowledge*) dan pengetahuan prosedur (*Procedural knowledge*). Pengetahuan deklaratif adalah fakta subjektif yang diketahui oleh seseorang. Arti subjektif di sini adalah pengetahuan orang tersebut mungkin tidak selalu harus sesuai dengan realitas yang sebenarnya. Sedangkan pengetahuan prosedur adalah pengetahuan mengenai bagaimana fakta-fakta tersebut digunakan.¹

Sedangkan pengetahuan konsumen yaitu semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.²

Dengan demikian pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui terhadap suatu objek tertentu. Atau suatu hal yang dikaitkan dengan bagaimana setiap individu mengetahui produk-produk kemasan yang beredar.

¹ Firmansyah M.Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, DEEPUBLISH (Surabaya, 2018), 64-65.

² Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021, 80.

2. Pengetahuan Produk Halal

Pengetahuan produk merupakan cakupan informasi akurat yang tersimpan memori seorang yang sama dengan persepsinya terhadap sebuah pengetahuan produk. Konsumen yang berpengetahuan lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan sesuai harapannya. Ketika pengetahuan produk yang dimiliki oleh konsumen itu tinggi, maka akan semakin tinggi pula untuk kehati-hatian mereka untuk memilih produk yang akan mereka konsumsi.³

Berdasarkan peraturan pemerintah Republik Indonesia pasal 1 ayat 3 nomor 31 tahun 2019 mengenai jaminan produk halal, bahwasanya produk halal yaitu produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam.⁴

Halal merupakan istilah bahasa Arab yang berarti “dijinkan”. Halal mencakup semua barang seperti makanan serta layanan perbankan. Halal adalah suatu kewajiban bagi umat muslim, karena merupakan salah satu syariat yang harus dimiliki setiap produk yang ingin dikonsumsi umat muslim setiap hari. Setiap makanan atau barang yang memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam hukum Islam dinyatakan halal. Halal sendiri juga merupakan standar di mana umat muslim melaksanakan

³ Hardiana Widyastuti, dkk, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Awareness Pada Produk Halal Di Kota Dan Kabupaten Bogor,” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 4 (2023).

⁴ Pasal 1 ayat 3 PP Nomor 31 tahun 2019

perintah Allah dalam rangkaian kegiatan ibadah mereka di kehidupan sehari-hari.⁵

Halal yang dimaksud disini adalah dari bagaimana cara produk diperoleh, diproses, didistribusikan, digunakan, demikian pula tidak hanya mendatangkan keuntungan atau profit, tetapi juga keridhaan Allah SWT bagi kita serta pastinya sesuai dengan syariat. Mengonsumsi produk yang halal dinyatakan dengan jelas dalam Al-Qur'an sebagai perintah Allah, dan akan menimbulkan dampak bagi mereka yang mengabaikannya.⁶

Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk halal merupakan semua informasi yang diperoleh seseorang terhadap produk halal meliputi merek, label halal, atribut dan lainnya yang berkaitan dengan produk kemasan yang halal.

3. Jenis-jenis Pengetahuan

Jenis-jenis pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga diantaranya, yaitu:⁷

a. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Konsumen memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda. Pengetahuan produk di sini dapat meliputi kategori

⁵ Revika Viola Azzahara, dkk, "Analisis Penerapan Halal Supply Chain Management Terhadap Tingkat Kesadaran Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Kosmetik Wardah Revika," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 1 (2022).

⁶ *Ibid.*

⁷ M.Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, 65.

produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.⁸

Ada tiga jenis pengetahuan produk, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.⁹

b. Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan akan membelinya.¹⁰

c. Pengetahuan pemakaian

Pengetahuan pemakaian mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.¹¹

4. Indikator Pengetahuan

Berikut ini merupakan indikator pengetahuan yang akan digunakan, yaitu:¹²

⁸ *Ibid*, 66.

⁹ *Ibid*.

¹⁰ *Ibid*, 70.

¹¹ *Ibid*, 73.

¹² Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, 85-86.

- a. Atribut Produk, Seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik/ciri atau atribut dari produk tersebut. Seperti deskripsi pada produk, misalnya merek, label halal serta kemasan pada produk tersebut.
- b. Manfaat produk, Pengetahuan tentang manfaat produk konsekuensi positif atau keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh dari penggunaan produk. Pemasar juga mengetahui bahwa konsumen lebih sering berpikir tentang konsekuensi dari produk dan merek yang digunakan dibandingkan atributnya. Bisa dikatakan dampak positif yang diperoleh setelah mengonsumsi suatu produk. Produk makanan halal pada dasarnya telah terjamin dengan kehalalan serta kethoyyiban sehingga memberikan manfaat yang positif.
- c. Kepuasan dari produk. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut dengan benar. Produk yang digunakan dapat diukur sejauh mana konsumen puas dengan manfaat yang diberikan.

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang diantaranya, yaitu:

- a. Pendidikan, yaitu proses mengarahkan setiap orang terhadap perkembangan individu lain untuk keinginan tertentu. Pendidikan juga dapat memberikan pengaruh pada setiap individu mengenai

pengetahuan produk makanan halal. Apabila seseorang memiliki pendidikan yang akan diarahkan dan diajarkan pengetahuan mengenai makanan yang halal.¹³

- b. Media, salah satu sumber informasi yang paling utama. Yang dimana informasi yang menghasilkan ide, produk serta yang mempengaruhi sebuah opini. Hal ini dapat menjadikan media memiliki pengaruh yang besar mengenai pengetahuan seseorang terhadap produk makanan halal.¹⁴
- c. Lingkungan, merupakan seluruh kondisi yang ada disekitar manusia dan pengaruhnya yang dapat mempengaruhi perkembangan dan perilaku orang atau kelompok. Dimana kondisi tersebut dapat memberikan dampak pada pengetahuan seseorang terhadap produk makanan halal, baik itu dampak positif maupun negatif.¹⁵

B. *Religiusitas*

1. Pengertian *Religiusitas*

Religiusitas merupakan ketertarikan dan ketaatan seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya dan diaktualisasikan lewat perilaku dalam kehidupannya sesuai yang diperintahkan agamanya tersebut. Individu yang religius tidak hanya sebatas mengetahui segala perintah dan larangan agamanya, akan tetapi mentaati dan melaksanakan segala perintah agama dan meninggalkan segala larangannya. *Religiusitas* yaitu

¹³ *Ibid.* 82.

¹⁴ Mahsur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makasar: Alauddin University Press, 2016), 118.

¹⁵ Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Perilaku Konsumen* (JawaTengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021), 7-8.

sebagai suatu penghayatan terhadap nilai-nilai ajaran agama yang terinternalisir pada diri seseorang dan diaktualisasikan lewat perilaku dalam kehidupannya.¹⁶

Menurut Krauss, dkk *religiusitas* Islami adalah tingkat kesadaran akan Tuhan yang dimengerti menurut pandangan tauhid dari Islam, dan berperilaku sesuai dengan kesadaran tersebut atau tingkat manifestasi terhadap kesadaran akan Tuhan dalam kehidupan sehari-hari yang dipahami melalui ajaran Islam Sunni. Maka *religiusitas* islam dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan, pemahaman, dan penanaman ajaran agama Islam ke dalam kehidupan sehari-hari.¹⁷

Sehingga *religiusitas* merupakan tingkat nilai-nilai agama yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap ajaran agama. Seperti halnya bagaimana masyarakat mengonsumsi suatu makanan yang halal merupakan perintah dari agama islam.

2. Indikator *Religiusitas*

Glock dan Strak (dalam Krauss dkk) membagi aspek *religiusitas* kedalam lima dimensi, yaitu:¹⁸

- a. Dimensi keyakinan, yaitu tingkatan sejauh mana seseorang dapat menerima dan mengakui hal-hal yang dogmatik dalam agamanya.

¹⁶ Said Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja* (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), 2.

¹⁷ Steven Eric Krauss dan Dkk, "The Muslim Religiosity-Personality Measurement Inventory (MRPI)'s Religiosity Measurement Model: Towards Filling the Gaps in Religiosity Research on Muslims," *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum. Universiti Putra Malaysia Press* 13, no. 2 (2005).

¹⁸ *Ibid.*

Misalnya keyakinan dengan adanya sifat-sifat Tuhan, adanya malaikat, surga, para nabi dan sebagainya.

- b. Dimensi peribadatan atau praktek agama, yaitu tingkatan sejauh mana seseorang menunaikan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Misalnya menunaikan shalat, zakat, puasa, haji, dan sebagainya.
- c. Dimensi penghayatan, yaitu perasaan keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan seperti merasa dekat dengan Tuhan, tentram saat berdoa, tersentuh mendengar ayat-ayat kitab suci, merasa takut berbuat dosa, merasa senang doanya dikabulkan dan sebagainya.
- d. Dimensi pengetahuan, yaitu seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran-ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci, hadits, pengetahuan tentang fiqh dan sebagainya.
- e. Dimensi pengalaman, yaitu sejauh mana implikasi ajaran agama mempengaruhi perilaku seseorang dalam kehidupan sosial. Dimensi ini memiliki arti sejauh mana perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari didorong oleh ajaran agama. Misalnya bersedekah, menjenguk orang sakit, mempererat silaturahmi, berperilaku jujur dan adil dan lain sebagainya.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Religiusitas*

Ada empat faktor-faktor yang mempengaruhi *religiusitas* seseorang yaitu:¹⁹

¹⁹ Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja*, 12-14.

a. Faktor internal

- 1) Faktor hereditas adalah Jiwa keagamaan memang bukan secara langsung sebagai faktor bawaan yang diwariskan secara turun-menurun, melainkan terbentuk dari berbagai unsur kejiwaan lainnya yang mencakup kognitif, afektif dan konatif. Selain itu Rasulullah juga menganjurkan untuk memilih pasangan hidup yang baik dalam membina rumah tangga, sebab menurut keturunan akan berpengaruh dan menentukan keharmonisan.
- 2) Tingkat usia adalah berbagai penelitian psikologi agama menunjukkan adanya hubungan tingkat usia dengan kesadaran beragama, meskipun tingkat usia bukan satu-satunya faktor penentu dalam kesadaran beragama seseorang. Kenyataan ini dapat dilihat dari adanya perbedaan pemahaman agama pada tingkat usia yang berbeda.
- 3) Kepribadian adalah sebagai identitas diri atau jati diri seseorang yang sedikit banyaknya menampilkan ciri-ciri pembeda dari individu lain di luar dirinya. dalam kondisi normal, memang secara individu manusia memiliki perbedaan dalam kepribadian. Perbedaan ini diperkirakan berpengaruh terhadap aspek-aspek kejiwaan termasuk kesadaran beragama.

b. Faktor Eksternal

- 1) Lingkungan keluarga merupakan satuan sosial yang paling sederhana dalam kehidupan manusia. Keluarga merupakan

lingkungan sosial pertama kali yang dikenal setiap individu. Dengan demikian, kehidupan keluarga merupakan fase sosialisasi awal bagi pembentukan jiwa keagamaan pada tiap individu, dan keluarga merupakan sosok panutan utama bagi seorang individu.

- 2) Lingkungan institusional yang berisi materi pengajaran, sikap dan keteladanan guru sebagai pendidik serta pergaulan antar sekolah dinilai berperan penting dalam menanamkan kebiasaan yang baik. Pembiasaan yang baik merupakan bagian dan pembentukan moral yang erat kaitannya dengan perkembangan jiwa keagamaan seseorang.
- 3) Lingkungan masyarakat sepintas, bukan merupakan lingkungan yang mengandung unsur tanggung jawab, melainkan hanya merupakan unsur pengaruh belaka. Tetapi norma dan tata nilai yang ada terkadang pengaruhnya lebih besar dalam perkembangan jiwa keagamaan, baik dalam bentuk positif maupun negatif.

Berdasarkan uraian diatas *religiusitas* merupakan sejauh mana nilai-nilai agama yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan seseorang terhadap ajaran agama. *Religiusitas* pada seseorang sendiri dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi: faktor hereditas, tingkat usia dan kepribadian seseorang. Sedangkan faktor eksternal meliputi: lingkungan keluarga, institusional dan masyarakat.

C. Kesadaran

1. Pengertian Kesadaran

Kesadaran (*consciousness*) adalah kesiagaan seseorang terhadap peristiwa-peristiwa di lingkungannya (seperti pemandangan dan suara-suara dari lingkungan sekitarnya) serta peristiwa-peristiwa kognitif yang meliputi memori, pikiran, perasaan, dan sensasi-sensasi fisik.²⁰

Kesadaran yaitu kemampuan bagaimana merasakan suatu kejadian serta objek, konsep tentang menyiratkan persepsi terhadap kejadian atau subjek. Kesadaran halal merupakan suatu keadaan dimana seseorang memiliki ketertarikan terhadap suatu barang dan jasa halal karena telah memiliki pengalaman dan informasi cukup atas barang dan jasa tersebut.²¹

Hal yang lazim untuk menilai kesadaran merek adalah ukurankesadaran puncak pikiran. Merek yang akrab dengan konsumen merupakan perangkat kesadaran (*awareness net*). Jelaslah, sulit untuk menjual produk yang tidak dikenal. Sebagai akibatnya, sasaran pemasaran yang penting adalah memindahkan merek ke dalam perangkat kesadaran.²²

Dapat disimpulkan bahwa kesadaran merupakan suatu keadaan dimana seseorang mampu memiliki ketertarikan pada suatu produk makanan halal. Dimana seseorang menyadari dengan pasti bahwa setiap

²⁰ Robert L. Solso, Otto H. Maclin, dan M. Kimberly Maclin, *Psikologi Kognitif* (Jakarta: Erlangga, 2007).

²¹ Tri Wahyuni, Miti Yarmunida, and Debby Arisandi, "Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22, no. 3 (2022).

²² M.Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, 75.

produk yang dikonsumsi merupakan makanan yang halal sesuai dengan syara.

2. Indikator Kesadaran

Terdapat beberapa indikator dalam kesadaran produk halal diantaranya, yaitu:²³

- a. Label halal. Konsumen yang selalu mengkonsumsi produk pangan harus memperhatikan bahwa pada setiap kemasan produk tersebut terdapat logo halal. Karena dengan adanya logo halal pada kemasan produk membuat konsumen muslim merasa aman dengan produk yang dibeli.
- b. Bahan baku. Bahan makanan adalah bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam produk makanan. Peran pengetahuan, informasi, dan Islam sangat penting bagi umat muslim dalam memilih makanan yang akan mereka konsumsi. Bahan baku pada suatu produk makanan menjadi salah satu faktor yang diperhatikan oleh konsumen ketika membeli ataupun mengonsumsi makanan.
- c. Kewajiban agama. Halal dan haram dalam Islam merupakan masalah yang fundamental, termasuk prinsip-prinsip yang harus ditegakkan dalam kehidupan beragama. Wajib bagi setiap muslim memperhatikan aspek kehalalan ketika hendak mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Setiap muslim juga berkewajiban untuk menghindari produk-produk syubhat yaitu produk yang tidak jelas kehalalannya.

²³ Wahyuni, Yarmunida, and Arisandi, "Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu."

- d. Kebersihan dan keamanan, merupakan hal yang harus diperhatikan dalam mengolah suatu makanan. Karena setiap makanan harus memiliki kebersihan dan keamanan baik dalam bahan-bahan yang digunakan dan lain sebagainya.

3. Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kesadaran produk halal diantarnya, yaitu:²⁴

- a. Pengetahuan. Segala sesuatu yang diketahui oleh seseorang sehingga menjadi alasan seseorang dalam memahami suatu produk. Jika seseorang memiliki pengetahuan tentang makanan halal akan mempermudah untuk membedakan mana produk makanan yang halal atau tidak.
- b. Agama. Ketaatan seseorang terhadap agama yang berkaitan dengan nilai, keyakinan, dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual. Pada dasarnya setiap umat muslim diperintahkan untuk mengonsumsi makanan yang halal serta tayyib.
- c. Informasi. Yaitu pernyataan, pemberitahuan ataupun berita mengenai suatu produk yang diperoleh dari media. Dengan demikian, informasi mengenai suatu produk makanan halal akan memberi kemudahan bagi konsumen untuk mengetahui produk makanan mana saja yang benar-benar halal.

²⁴ Mila Sartika and Aditia Motik, "Faktor Halal Awareness , Religiosity , Dan Knowledge Terhadap Consumer Decisions Dan Implikasinya Terhadap Consumer Loyalty," *Jurnal Maisyatuna* 2, no. 2 (2021).

Dapat disimpulkan bahwa kesadaran terhadap produk makanan halal dapat dilihat dari label pada kemasan, bahan baku yang terdapat pada produk, sadar bahwa mengonsumsi makanan halal menjadi kewajiban agama serta memperhatikan makanan yang dikonsumsi itu bersih dan aman.

D. Makanan Halal

Makanan halal adalah makanan yang boleh dimakan sesuai syarat syariat Islam. Kata halal sendiri diambil dari bahasa arab yaitu *حلال* yang artinya “di perbolehkan”. Makanan yang halal lagi baik adalah makanan yang harus dikonsumsi oleh setiap muslim, sebab makanan yang halal lagi baik disamping secara rohani akan menjadikan sehatnya rohani, juga akan terpenuhinya nutrisi pada tubuh serta menyehatkan.²⁵

Makanan yang diperbolehkan serta baik buat dimakan oleh tiap muslim yaitu makanan halal. Makanan halal tidak cuma memberikan khasiat raga, namun juga menyehatkan secara rohani serta memenuhi kebutuhan nutrisi tubuh. Allah telah menetapkan standar halal dan tayyib (baik) untuk makanan yang boleh dikonsumsi. Istilah "halal" merujuk pada jenis makanan yang diizinkan dan tidak diharamkan, sedangkan "tayyib" merujuk pada makanan yang memberikan manfaat bagi manusia karena memenuhi persyaratan kesehatan seperti gizi, protein, kebersihan, dan sebagainya. Makanan halal juga harus bebas dari najis, tidak memabukkan, tidak

²⁵ Nasution and Nasution, “Konsumsi Makanan Halal Dan Haram Dalam Perspektif Al-Qur’an Dan Hadis.”

berdampak negatif pada kesehatan fisik dan mental, serta diperoleh melalui cara yang halal.²⁶

1. Perintah Mengonsumsi Makanan Halal

Perintah untuk mengonsumsi makanan yang halal telah dipaparkan dalam hukum Islam yang terdapat dalam Al-Quran.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

*Artinya: Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. (QS. Al-Baqarah:168)*²⁷

Allah memerintahkan umat-Nya untuk tidak mengonsumsi makanan haram. Selain itu, seorang Muslim harus makan makanan yang lezat dan bergizi. Kalau kedua hal itu tidak dilakukan, artinya setan telah berhasil menggoda manusia untuk melakukan sesuatu yang tidak seharusnya. Untuk itu, umat Muslim harus selalu waspada dengan rayuan dan tipuan setan. Keinginan setan hanya untuk membuat manusia berbuat jahat dan keji, jadi ingatlah bahwa mereka adalah musuh nyata manusia.

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِء مُؤْمِنُونَ ﴿١٦٨﴾

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Dapertemen Agama RI *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, hal 41.

Artinya: Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya. (QS. Al-Maidah:88)²⁸

Allah SWT memerintahkan umat muslim untuk makan makanan halal dan baik (thayyiban). Thayyib berarti makanan yang dimakan mengandung gizi baik dan bermanfaat untuk kesehatan.

2. Kategori Makanan Halal

Berikut ini merupakan kategori dari makanan halal, yaitu:²⁹

- a. Halal secara zat. Maksudnya yaitu makanan yang pada dasarnya halal untuk dimakan serta sudah diatur kehalalannya dalam Al-Qur'an dan Hadis.
- b. Halal secara memperolehnya. Maksudnya yaitu makanan halal bisa jadi haram bila cara perolehannya dilakukan secara tidak halal yang bisa merugikan orang lain, serta hal ini sudah diatur dalam Al-Qur'an dan Hadis.
- c. Halal cara pengolahannya. Maksudnya yaitu makanan yang awalnya halal tetapi bisa jadi haram bila pengolahannya tidak cocok dengan syariat agama. Berbagai makanan yang pada awalnya halal, namun pengolahannya yang tidak benar menimbulkan makanan tersebut jadi haram.

²⁸ Dapertemen Agama RI *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Karya Toha Putra, 1971) hal 176.

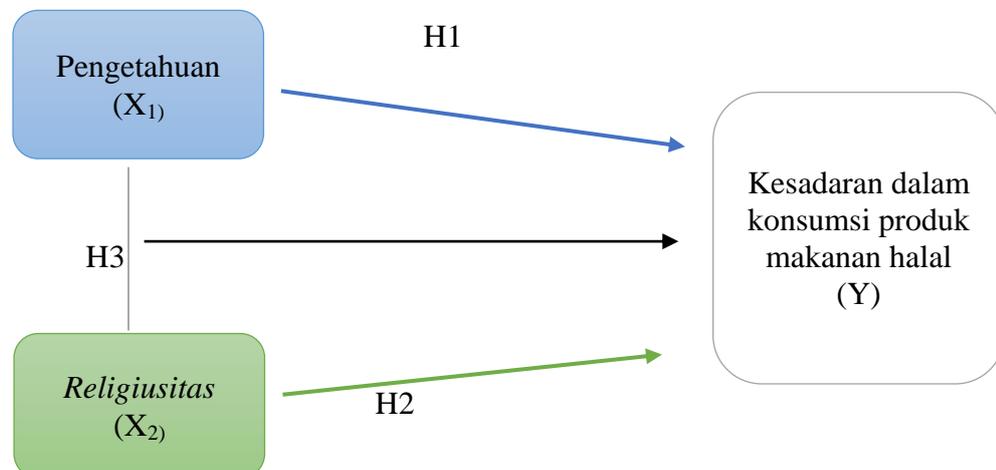
²⁹ Nasution dan Nasution, "Konsumsi Makanan Halal Dan Haram Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis."

- d. Halal secara prosesnya. Makanan halal wajib cocok dengan memperoleh prosesnya cocok dengan syarat syariat Islam, misalnya tidak lewat pencurian ataupun perampokan. Bila prosesnya tidak cocok dengan syarat syariat Islam, maka makanan tersebut akan jadi haram buat disantap.
- e. Halal secara penyajiannya. Makanan halal serta tayyib buat disantap wajib disajikan cocok dengan metode yang benar. Sebagian penjelasannya yaitu:
- 1) Tidak terdapat barang atau makanan yang dikira najis berdasarkan ketentuan dalam Al-Qur'an dan Hadis.
 - 2) Tidak menggabungkan makanan yang sudah jelas halal dengan makanan yang status kehalalannya belum jelas (syubhat).

E. Kerangka Berfikir

Penelitian ini dilakukan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sehingga kerangka berfikir pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Keterangan:

H₁ : Pengaruh X₁ terhadap Y

H₂ : Pengaruh X₂ terhadap Y

H₃ : Pengaruh X₁ dan X₂ terhadap Y

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang dilakukan oleh peneliti sehingga perlu dilakukannya uji secara empiris. Hipotesis biasanya berupa pertanyaan yang menjadi latar belakang peneliti untuk melakukan penelitian. Dalam melakukan penelitian sangat penting menggunakan hipotesis yang benar sehingga peneliti dapat menentukan teknik dalam melakukan pengujian hipotesis yang ada.³⁰ Sehingga dapat diperoleh hipotesisnya sebagai berikut:

1. Hipotesis 1:

Pengetahuan yaitu segala sesuatu yang diketahui kepandaian atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Oleh karena itu masyarakat perlu memiliki pengetahuan mengenai produk makanan halal. Sehingga peneliti mengajukan hipotesis berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh variabel pengetahuan terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal.

H_a: Terdapat pengaruh variabel pengetahuan terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. Setiyawami (Bandung: ALFABETA, 2022), 99.

2. Hipotesis 2:

Religiusitas merupakan nilai-nilai yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan. Sehingga mendorong masyarakat untuk berperilaku yang baik. Dengan begitu peneliti mengajukan hipotesis berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh variabel *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal.

H_a: Terdapat pengaruh variabel *religiusitas* terhadap kesadaran dalam menggunakan produk makanan halal.

3. Hipotesis 3:

Hasil yang didapat penelitian ini adalah pengetahuan dan *religiusitas*. Dari kedua faktor tersebut apakah berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal, sehingga peneliti mengajukan hipotesis berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh variabel pengetahuan dan *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal.

H_a: Terdapat pengaruh variabel pengetahuan dan *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan Metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan filosofi positivisme, yang mana mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan alat penelitian, analisis data bersifat statistik digunakan untuk tujuan menjelaskan dan menguji hipotesis yang diberikan. Cara pengumpulan data pada penelitian menggunakan google form. Data yang diperoleh nantinya akan berupa angka, dan angka yang diperoleh tersebut akan Dianalisis lebih lanjut dalam analisis data menggunakan aplikasi SPSS.¹

Variabel pada penelitian ini ada dua, yaitu variabel bebas (*independent*) yaitu pengetahuan dan *religiusitas* sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu kesadaran. Metode ini digunakan karna sesuai dengan tujuan peneliti untuk melihat pengaruh antara pengetahuan dan *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat di kec. Penawartama Tulang Bawang dalam menggunakan produk halal.

B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari sehingga memperoleh sebuah

¹ Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif*, 15.

informasi, kemudian dari informasi tersebut dapat ditarik kesimpulannya.

Variabel merupakan objek yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.²

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel terikat.³ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengetahuan dan *religiusitas*.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal pada masyarakat di kec. Penawartama Tulang Bawang.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan “definisi tentang penelitian yang harus diamati sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas tentang variabel yang akan diteliti”.⁵ Berdasarkan dari pernyataan di atas, maka variabel penelitian ini dapat didefinisikan secara operasional sebagai berikut:

16. ² Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, ed. Try Koryati (KBM Indonesia, 2021).

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 57.

⁴ *Ibid.*

⁵ Imam Ghazali, *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, DN Ilmu Sosial Lainnya* (Yoga Pratama, 2021). 49.

- a. Pengetahuan, segala sesuatu yang diketahui kepandaian atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Yang dimana lebih berfokus terhadap suatu produk halal.
- b. *Religiusitas*, adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Internalisasi dalam hal ini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan.
- c. Kesadaran, merupakan unsur dalam manusia untuk memahami realitas serta bagaimana cara bertindak dan menyikapi terhadap realitas.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Sugiyono berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁶ Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, populasi pada penelitian ini yaitu:

Tabel 3.1 Jumlah Populasi

Kelompok Umur	Jumlah
20 - 24	2461
25 - 29	2642
30 - 34	2760
Total	7863

2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari jumlah dan karakteristik anggota populasi yang diambil melalui prosedur tertentu sehingga dapat mewakili

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 130

populasinya.⁷ Penentuan jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N e^2)$$

Dimana:

n : Sampel

N : Populasi

e : Perkiraan Tingkat Kesalahan

Tingkat kesalahan dalam penelitian ini adalah sebesar 10%.⁸ Sehingga berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang dijadikan responden yaitu:

$$\begin{aligned} n &= 7863 / 1 + 7863 (10\%)^2 \\ &= 7863 / 1 + 7863 (0,01) \\ &= 7863 / 1 + 78,63 \\ &= 7863 / 79,63 \\ &= 98,74 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 98,74 atau dibulatkan menjadi 100 responden masyarakat yang berada di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk

⁷ *Ibid.* 131

⁸ *Ibid.* 144

menjadi sampel. Teknik sampling yang dipilih peneliti pada penelitian ini adalah simple random sampling yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak dan sederhana tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.⁹

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁰ Kuesioner yang akan diberikan kepada calon responden melalui google form.

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dimana responden hanya menjawab jawaban dari pertanyaan yang sudah disediakan peneliti. Kuesioner ini diberikan kepada masyarakat Di kec. Penawartama Tulang Bawang.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data melalui observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila

⁹ Sahir, *Metodologi Penelitian*. 34.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 219.

responden yang diamati tidak terlalu besar. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi 4 yaitu: *participant observation* (observasi berperan), dan *non participant observation*.¹¹ Observasi yang digunakan peneliti yaitu Observasi Nonpartisipan dimana peneliti tidak terlibat langsung dengan aktivitas masyarakat yang sedang diamati.¹²

Teknik ini digunakan untuk mengamati perilaku masyarakat di Kec. Penawartama dalam mengkonsumsi produk makanan halal. Begitupula dengan lingkungan ataupun keadaan sosial di Kec. Penawartama bagaimanapun pengaruhnya dalam mengonsumsi produk makanan halal.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.¹³

Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan untuk memperkuat data primer yang akan digunakan melalui profil pada kecamatan ini.

¹¹ *Ibid.* 223.

¹² *Ibid.* 224.

¹³ Sahir, *Metodologi Penelitian*, 47.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.¹⁴ Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala likert.

Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti disebut sebagai variabel penelitian. Variabel tersebut akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan.¹⁵

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban diberi skor seperti tabel dibawah ini.

Tabel 3.2 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Lambang	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

1. Rancangan Kisi-kisi Penelitian

Kisi-kisi terdapat pada sebuah tabel yang menunjukkan hal-hal yang disebutkan dalam kolom. Kisi-kisi instrumen menunjukkan kaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data diambil, metode yang digunakan

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 166.

¹⁵ *Ibid.* 152-153 .

dan instrumen yang disusun.¹⁶ Adapun rangkaian kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Pengetahuam	1. Atribut Produk 2. Manfaat Produk 3. Kepuasan dari Produk
2	Religuisitas	1. Keyakinan 2. Peribadatan 3. Penghayatan 4. Pengetahuan 5. Pengalaman
3	Kesadaran	1. Label halal 2. Bahan baku 3. Kewajiban agama 4. Kebersihan dan keamanan

2. Pengujian Instrumen

Pengujian instrument penelitian dimaksudkan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas pada item-item pertanyaan. Uji instrumen penelitian dapat dilakukan pada calon responden.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui keabsahan ataupun ketepatan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu item pertanyaan valid apabila mampu melakukan pengukuran sesuai dengan apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% .¹⁷

¹⁶ *Ibid.* 167-168.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 197-202.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan setiap item pertanyaan untuk mengukur variabel yang diteliti. Instrumen penelitian dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi apabila hasil dari uji instrumen tersebut relatif tetap.¹⁸

Menurut pandangan positivistik (kuantitatif), data dinyatakan reliabel jika dua atau lebih peneliti meneliti objek yang sama dan menghasilkan data yang sama atau penelitian yang sama dalam waktu yang berbeda namun menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *alpha Cronbah*. Instrumen penelitian dikatakan reliabel bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$.¹⁹

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik ini agar memastikan bahwa model yang didapatkan betul-betul memenuhi asumsi dasar dalam analisis regresi linear berganda.²⁰

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur data yang telah didapatkan, apakah sudah terdistribusi secara normal atau tidak normal. Uji normalitas dapat dilihat dengan menggunakan uji

¹⁸ Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, DN Ilmu Sosial Lainnya*, 147

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Sahir, *Metodologi Penelitian*, 66.

statistik Kolmogorov-smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai sig. lebih besar dari 0.05.²¹

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi Multikolinieritas menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF).²²

Syarat pengambilan keputusan ada atau tidaknya gejala multikolinieritas pada model regresi yaitu:²³

- 1) Memiliki nilai $VIF \leq 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF lebih besar dari 10 artinya terjadi multikolinieritas.
- 2) Memiliki nilai $Tolerance \geq 0,10$ maka tidak terjadi Multikolinieritas, sebaliknya jika nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 artinya terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan guna mengetahui apakah terjadi penyimpangan atau tidak dalam suatu analisis regresi. Data dinyatakan tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas apabila nilai Sig. antara variabel bebas dengan variabel absolut lebih dari 0,05 (Sig > 0,05). Dinyatakan terdapat gejala Heteroskedastisitas jika nilai Sig. antara variabel bebas dengan variabel absolut residual kurang dari 0,05

²¹ *Ibid.* 69.

²² *Ibid.* 70.

²³ *Ibid.*

Sig < 0,05). Model penelitian yang baik adalah tidak terdapat Heteroskedastisitas.²⁴

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Regresi linear ganda (multiple linear regression) adalah model regresi linear dengan 1 variabel dependen (terikat) beserta (dua atau lebih) variabel independen (bebas). Variabel independen (bebas) adalah variabel yang menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat.²⁵ Variabel bebas pada penelitian ini adalah pengetahuan dan religiusitas sedangkan variabel terikatnya adalah kesadaran menggunakan produk halal. Untuk dapat mengukur kekuatan prediksi dari satu variabel bebas ke variabel lain menggunakan analisis regresi linear berganda. Peneliti menggunakan bantuan program komputer SPSS untuk mengolah data. Persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 = \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

Y = Kesadaran penggunaan sertifikasi halal

A = Konstanta

b₁...₂ = Koefisien regresi

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Religiusitas

²⁴ *Ibid.* 69-70.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 307-308.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.²⁶ Selain itu uji parsial (uji t) dapat diketahui melalui ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta derajat sig $< 0,05$ maka terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ serta derajat sig $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji f) digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya, atau untuk menguji apakah model regresi yang dibuat sudah signifikan atau non signifikan.²⁷ Uji simultan (uji f) dapat diketahui melalui ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig. $<$ taraf signifikansi (α) 0,05 maka (H_0 ditolak dan H_a diterima).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig. $>$ taraf signifikansi (α) 0,05 maka (H_0 diterima dan H_a ditolak)

²⁶ Sahir, *Metodologi Penelitian*. 53-54.

²⁷ *Ibid.*

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi atau R^2 yaitu suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi yang digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi.²⁸ Koefisien determinasi adalah suatu ukuran kesesuaian garis regresi terhadap data digunakan untuk melihat besarnya pengaruh X_1 (Pengetahuan), X_2 (Religiusitas) terhadap Y (Kesadaran menggunakan produk halal) dan dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

²⁸ *Ibid.* 54.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Kecamatan Penawartama

Pada awalnya Kecamatan Penawartama adalah sebuah kecamatan perwakilan yang merupakan kepanjangan tangan dari Kecamatan Menggala. Pada tahun 1999 di lanjutkan menjadi kecamatan pembantu yang merupakan pemekaran dari Kecamatan Menggala. Kecamatan Penawartama pada tanggal 26 Pebruari 2001 melalui Perda No 1 tahun 2001, diresmikan oleh Bupati Tulang Bawang menjadi kecamatan devinitif membawahi 17 kampung, dengan jumlah penduduk 57.323 jiwa dan Jumlah KK : 15.392 kk.¹

Kemudian atas keinginan masyarakat dan untuk mempermudah pelayanan masyarakat pada tahun 2005 Kecamatan Penawartama membidani kelahiran Kecamatan Rawa Pitu dan Kecamatan Gedong Aji Baru pada tahun 2007.²

Dengan pemekaraan Kabupaten Tulang Bawang yang pesat pembangunan Kecamatan Penawartama kembali pada tahun 2009 ini mempersiapkan pemekaran kecamatan kembali dengan memekarkan beberapa kampung terlebih dahulu.³

¹ Profil Kecamatan Penawartama Kabupaten Tulang Bawang Lampung Tahun 2014

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

Setelah mengalami dua kali pemekaran wilayah dalam kurun waktu yang relatif singkat, pada saat ini Kecamatan Penawartama memiliki 14 kampung.⁴

2. Letak Geografis

Kecamatan Penawartama merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Tulang Bawang. Kecamatan Penawartama berada dibagian utara Kabupaten Tulang Bawang yang mempunyai total luas wilayah 210,53 km², sedangkan luas wilayah yang tercatat 137,61 km.⁵

Secara geografis Kecamatan Penawartama berbatasan dengan wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Mesuji
- b. Sebelah Timur : Kecamatan Gedung Aji Baru
- c. Sebelah Selatan : Kecamatan Penawar Aji
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Banjar Margo

3. Potensi Wilayah

Perkebunan kelapa sawit dan karet merupakan penghasilan utama masyarakat di Kecamatan Penawartama selain tanaman singkong. Selain itu terdapat beberapa mata pencaharian masyarakat Kecamatan Penawartama, yaitu:⁶

- a. Usaha Pertanian
- b. Usaha Perkebunan karet dan sawit

⁴ *Ibid.*

⁵ Okfrisda Sakti, Aditya Anggit Pradika, and Jantika Ayu Ramadhani, *Kabupaten Tulang Bawang Dalam Angka Tulang Bawang Regency in Figures* (Tulang Bawang: BPS Kabupaten Tulang Bawang, 2023).

⁶ *Ibid.*

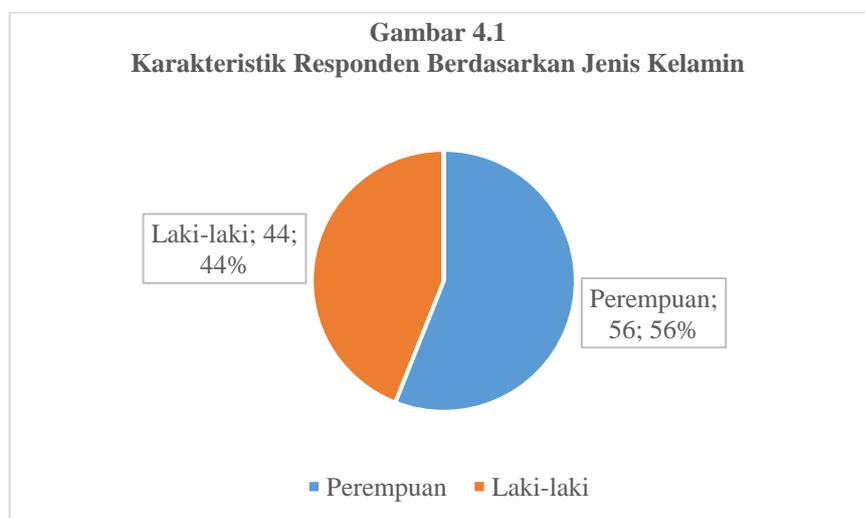
- c. Karyawan PT
- d. Pedagang
- e. Usaha Industri kecil
- f. Buruh

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di kecamatan Penawartama, adapun karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini yang dilakukan di Kecamatan Penawartama baik itu laki-laki dan perempuan. Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebagai berikut:



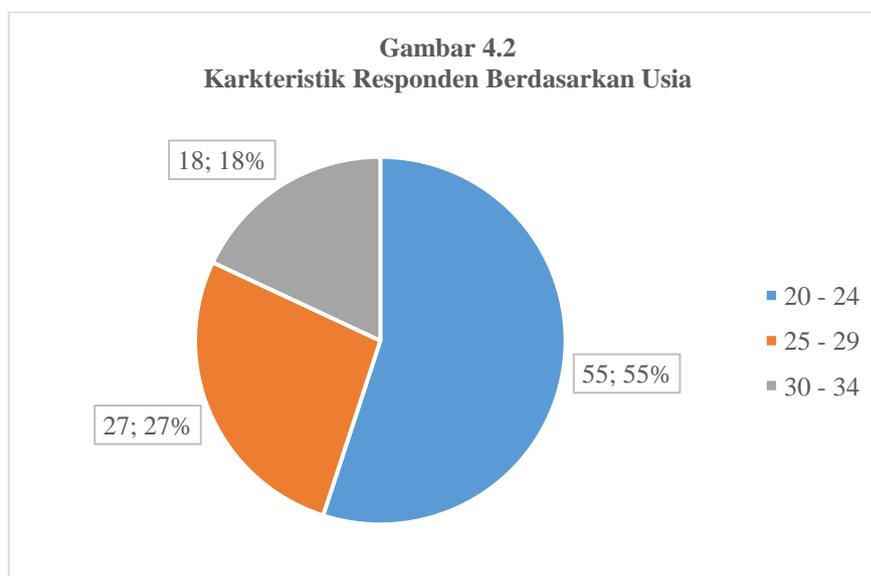
Sumber: Data primer yang diolah, Maret 2024

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 responden, sebanyak 44 dengan frekuensi 40% responden berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 56 dengan frekuensi 56% responden berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini termasuk dalam usia produktif.

Adapun karakteristik responden berdasarkan usia yaitu sebagai berikut:



Sumber: Data primer yang diolah, Maret 2024

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang terdiri 20 -24 yang berjumlah 55 responden dengan frekuensi 55%, usia 25 – 29 yang berjumlah 27 responden dengan frekuensi 27%, usia 30 – 34 yang berjumlah 18 responden dengan frekuensi 18%. Maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden mayoritas berusia 20 -24 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Total Jawaban

Untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan dan *Religiusitas* terhadap Kesadaran Masyarakat dalam Konsumsi Produk Makanan Halal yang berada di Kecamatan Penawartama. Dapat dilihat dari hasil kuesioner

yang telah disebar, telah didapat hasil responden berdasarkan total jawaban yaitu, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Pengetahuan

No	Pernyataan	Total
1	Atribut pada produk menjadi alasan saya dalam membeli dan mengonsumsi makanan yang halal	439
2	Saya mengetahui produk makanan merupakan produk yang telah memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat islam	414
3	Setiap produk makanan wajib mencantumkan deskripsi pada kemasannya	428
4	Adanya label halal pada kemasan mempermudah saya dalam mencari informasi dan keyakinan akan mutu produk makanan	409
5	Saya selalu memeriksa label halal dan komposisi pada produk makanan	387
6	Pengetahuan mengenai produk halal memberikan manfaat psikis bagi saya dalam memilih produk makanan	398
7	Saya meyakini makanan yang halal akan memberikan manfaat yang baik	404

Sumber: Data primer yang diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa secara keseluruhan skor item pernyataan variabel pengetahuan yang paling besar pada item pernyataan nomor satu yaitu Atribut pada produk menjadi alasan dalam membeli dan mengonsumsi makanan yang halal dengan skor total 439. Pada pernyataan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa masyarakat di Kecamatan Penawartama memiliki pengetahuan dalam mengonsumsi produk makanan yang halal.

Sedangkan item pernyataan yang paling kecil terdapat dalam pernyataan nomor lima yaitu memeriksa label halal dan komposisi pada produk makanan dengan skor total 387. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Kecamatan Penawartama memiliki pengetahuan

yang kurang dalam memeriksa label halal dan komposisi pada produk makanan halal.

Tabel 4.2
Hasil Jawaban Responden Pada Variabel *Religiusitas*

No	Pernyataan	Total
1.	Saya meyakini mengonsumsi makanan halal termasuk mematuhi perintah Allah SWT	458
2.	Saya mengonsumsi produk makanan yang halal karena seorang muslim	442
3.	Saya membeli dan mengonsumsi produk makanan halal karena dapat menghilangkan rasa khawatir mengenai kehalalannya	441
4.	Saya mempelajari Al-Quran dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari dengan mengonsumsi makanan yang halal dan toyyib	436
5.	Saya melaksanakan apa yang telah diperintahkan dan meninggalkan apa yang dilarang oleh Islam termasuk dalam mengonsumsi produk makanan halal	435
6.	Saya mengetahui hukum-hukum syariat Islam tentang mengonsumsi makanan	388
7.	Saya selalu berdoa sebelum mengonsumsi makanan	435
8.	Saya selalu berusaha mengikuti aturan agama Islam dalam memilih produk makanan halal	424

Sumber: Data primer yang diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa keseluruhan skor item pernyataan variabel *religiusitas* yang paling besar terdapat pada item pernyataan nomor satu yaitu mengonsumsi makanan halal termasuk mematuhi perintah Allah SWT dengan skor total 458. Pada pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Kecamatan Penawartama memiliki *religiusitas* yang tinggi bahwa mengonsumsi produk makanan halal merupakan menjalankan salah satu perintah Allah SWT.

Sedangkan item pernyataan yang paling kecil terdapat pada item pernyataan nomor enam yaitu hukum-hukum syariat Islam tentang mengonsumsi makanan dengan skor total 388. Hal tersebut dapat

disimpulkan bahwa *religiusitas* masyarakat di Kecamatan Penawartama masih kurang dalam mengetahui hukum-hukum dalam mengonsumsi makanan yang halal.

Tabel 4.3
Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kesadaran

No	Pernyataan	Total
1.	Saya mengetahui syarat-syarat makanan halal	421
2.	Saya yakin bahwa produk makanan yang saya konsumsi menggunakan bahan baku yang halal	421
3.	Spesifikasi bahan produk yang digunakan penting untuk saya ketahui	442
4.	Saya yakin bahwa produk makanan yang saya konsumsi diproduksi dengan cara yang halal	430
5.	Sebagai seorang muslim saya mengonsumsi makanan yang berlabel halal	438
6.	Sebelum membeli produk makanan, saya selalu memeriksa apakah produk tersebut sudah berlabel halal atau tidak	441
7.	Saya lebih memilih produk makanan berlogo halal dari pada produk yang tidak memiliki logo halal	436
8.	Saya merasa tenang dan nyaman dengan mengonsumsi produk makanan yang halal karena terjamin kebersihannya	429
9.	Saya merasa aman dengan mengonsumsi produk makanan halal karena sudah terjamin keamanannya	441

Sumber: Data primer yang diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pernyataan yang paling besar terdapat pada nomor tiga yaitu Spesifikasi bahan produk yang digunakan penting untuk diketahui dengan skor yang diperoleh 421. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Kecamatan Penawartama memiliki kesadaran dalam mengetahui spesifikasi bahan pada produk yang dikonsumsi.

Sedangkan item pernyataan yang paling kecil terdapat pada nomor satu dan dua karena memiliki skor yang sama yaitu 421 dengan pernyataan syarat-syarat makanan halal dan produk makanan yang

dikonsumsi menggunakan bahan baku yang halal. Pada kedua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kesadaran masyarakat di Kecamatan Penawartama masih kurang dalam mengetahui syarat-syarat makanan halal serta bahan baku pada produk yang dikonsumsinya.

C. Hasil Penelitian

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Apabila sign (sig 2-Tailed) $< 0,05$ maka pertanyaan atau indikator dikatakan valid, akan tetapi jika nilai sign (sig 2-Tailed) $> 0,05$ maka pertanyaan tersebut tidak valid⁷. Dan apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, bagitupun sebaliknya. Nilai $r_{tabel} = N - 2 = 98 = 0,197$.⁷ Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Instrument Pengetahuan

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Sign		Validitas
1	0,490	0,197	0,000	0,05	valid
2	0,772	0,197	0,000	0,05	valid
3	0,697	0,197	0,000	0,05	valid
4	0,764	0,197	0,000	0,05	valid
5	0,760	0,197	0,000	0,05	valid
6	0,807	0,197	0,000	0,05	valid
7	0,760	0,197	0,000	0,05	valid

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh hasil dari uji validitas pada semua butir pertanyaan setiap variabel pengetahuan adalah valid. Hal

⁷ Ghazali, *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, DN Ilmu Sosial Lainnya*, 153.

ini dapat dilihat dari tabel tersebut adalah nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrument *Religiusitas*

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Sign		validitas
1	0,581	0,197	0,000	0,05	valid
2	0,677	0,197	0,000	0,05	valid
3	0,657	0,197	0,000	0,05	valid
4	0,769	0,197	0,000	0,05	valid
5	0,713	0,197	0,000	0,05	valid
6	0,813	0,197	0,000	0,05	valid
7	0,610	0,197	0,000	0,05	valid
8	0,785	0,197	0,000	0,05	valid

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel diperoleh hasil dari uji validitas pada semua butir pertanyaan setiap variabel *religiusitas* adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari tabel tersebut adalah nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrument Kesadaran

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Sign		validitas
1	0,625	0,197	0,000	0,05	valid
2	0,643	0,197	0,000	0,05	valid
3	0,555	0,197	0,000	0,05	valid
4	0,666	0,197	0,000	0,05	valid
5	0,762	0,197	0,000	0,05	valid
6	0,634	0,197	0,000	0,05	valid
7	0,771	0,197	0,000	0,05	valid
8	0,780	0,197	0,000	0,05	valid
9	0,752	0,197	0,000	0,05	valid

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh dari hasil uji validitas pada semua butir pertanyaan setiap variabel kesadaran adalah valid. Hal ini

dapat dilihat dari tabel tersebut adalah nilai r -hitung yang lebih besar dari r -tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan setiap item pertanyaan untuk mengukur variabel yang diteliti. Instrumen penelitian dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi apabila hasil dari uji instrumen tersebut relatif tetap. Suatu instrument dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbah alpha* $> 0,6$.⁸ Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbah alpha</i>	N of Items	Keterangan
Pengetahuan	0,845	7	Reliabel
<i>Religiusitas</i>	0,845	8	Reliabel
Kesadaran	0,858	9	Reliabel

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa 24 pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbah alpha* lebih besar dari 0,6. Nilai *Cronbah alpha* pada variabel pengetahuan yaitu $0,845 > 0,6$, nilai *Cronbah alpha* pada variabel *religiusitas* yaitu $0,845 > 0,6$, dan nilai *Cronbah alpha* pada variabel kesadaran yaitu $0,858 > 0,6$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, *religiusitas*, dan kesadaran dinyatakan valid, sehingga dapat dikatakan semua pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel

⁸ *Ibid.* 146-147.

yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang baik.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada suatu penelitian dapat dilihat dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai sig. lebih besar dari 0.05.⁹

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.70256830
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.052
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.166 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Berdasarkan data output diatas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar $0,160 > 0,05$ yang berarti nilai residual lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas yaitu untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Syarat

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 258.

pengambilan keputusan ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi yaitu:¹⁰

- 1) Memiliki nilai VIF ≤ 10
- 2) Memiliki nilai Tolerance $\geq 0,10$

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	27.589	3.689		7.479	.000		
	Pengetahuan	.113	.102	.122	1.106	.271	.776	1.289
	Religiusitas	.236	.115	.224	2.042	.044	.776	1.289

a. Dependent Variable: Kesadaran

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai tolerance untuk pengetahuan sebesar 0,776 dan *religiusitas* sebesar 0,776. Sedangkan nilai VIF untuk pengetahuan sebesar 1,239 dan *religiusitas* sebesar 1,239. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terjadi korelasi antara variabel bebasnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Data dinyatakan tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas apabila nilai Sig. antara variabel bebas dengan variabel absolut lebih dari 0,05 (Sig > 0,05). Dinyatakan terdapat gejala Heteroskedastisitas jika nilai Sig. antara variabel bebas dengan variabel absolut residual

¹⁰ Sahir, *Metodologi Penelitian*. 70.

kurang dari 0,05 Sig < 0,05). Model penelitian yang baik adalah tidak terdapat Heteroskedastisitas.¹¹

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.514	1.970		3.813	.000
	Pengetahuan	-.077	.054	-.158	-1.411	.162
	Religiusitas	-.064	.062	-.117	-1.043	.299

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan metode uji glejser dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Sig > 0,05. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai Sig variabel pengetahuan sebesar 0,162 dan variabel *religiusitas* sebesar 0,299. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 = \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

Y = Kesadaran penggunaan sertifikasi halal

A = Konstanta

b₁...₂ = Koefisien regresi

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Religiusitas

¹¹ *Ibid.* 69-70.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.589	3.689		7.479	.000
	Pengetahuan	.113	.102	.122	1.106	.271
	<i>Religiusitas</i>	.236	.115	.224	2.042	.044

a. Dependent Variable: Kesadaran

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel 4.11 hasil yang diperoleh dari koefisien regresi diatas, maka dapat diketahui bahwa :

$$Y = 27,589 + 0,113 (X1) + 0,236 (X2)$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan, sebagai Berikut:

- 1) Nilai konstanta dalam regresi ini sebesar 27,589 bernilai positif yang berarti bahwa jika variabel Pengetahuan (X1) dan *Religiusitas* (X2) bernilai 0 maka variabel Kesadaran (Y) adalah 27,589.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel Pengetahuan (X1) bernilai positif yaitu sebesar 0,113. Maka artinya bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Pengetahuan, maka Kesadaran masyarakat meningkat sebesar 0,113.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel *Religiusitas* (X2) bernilai positif yaitu sebesar 0,236. Maka artinya bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel *Religiusitas*, maka Kesadaran masyarakat meningkat sebesar 0,236.

b. Uji Parsial (Uji T)

Selain itu uji parsial (uji t) dapat diketahui melalui ketentuan sebagai berikut:¹²

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta nilai sig $< 0,05$ maka terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. (H0 ditolak Ha diterima)
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ serta nilai sig $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. (H0 diterima Ha ditolak)

Tabel 4.12
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.589	3.689		7.479	.000
	Pengetahuan	.113	.102	.122	1.106	.271
	Religiusitas	.236	.115	.224	2.042	.044

a. Dependent Variable: Kesadaran

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Berdasarkan pada tabel 4.12 untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dengan Untuk t_{tabel} yaitu dengan $\alpha 0,05$ ($\alpha/2$) = 0,025 dan $df = 97$ adalah 1.984 sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan (X1) terhadap Kesadaran Masyarakat (Y)

¹² *Ibid.* 54.

Pada variabel Pengetahuan (X1) hasil dari nilai t-hitung sebesar 1,106 dan nilai signifikansi sebesar 0,271. Dengan nilai t-tabel sebesar 1.984 sehingga dapat diketahui bahwa ($1,106 < 1.984$) yang artinya nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel. Dan nilai sign 0,005 yaitu ($0,271 > 0,05$) yang artinya nilai sign lebih besar dari 0,05. Sehingga H0 diterima dan Ha ditolak yang artinya variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Masyarakat.

2) *Religiusitas* (X2) terhadap Kesadaran Masyarakat (Y)

Pada variabel *Religiusitas* (X2) hasil dari nilai t-hitung sebesar 2,042 dan nilai signifikansi sebesar 0,044. Dengan nilai t-tabel 1,984 sehingga dapat diketahui bahwa ($2,042 > 1,984$) yang artinya nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Dan nilai sign 0,05 yaitu ($0,044 < 0,05$) yang artinya nilai sign lebih kecil dari 0,05. Sehingga H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya variabel *Religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran masyarakat.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji f) dapat diketahui melalui ketentuan sebagai berikut:¹³

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig. $<$ taraf signifikansi (α) 0,05 maka (H_0 ditolak dan H_a diterima).

¹³ *Ibid.* 53.

- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig. $>$ taraf signifikansi (α) 0,05 maka (H_0 diterima dan H_a ditolak)

Tabel 4.13
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.798	2	67.899	4.853	.010 ^b
	Residual	1357.192	97	13.992		
	Total	1492.990	99			
a. Dependent Variable: Kesadaran						
b. Predictors: (Constant), <i>Religiusitas</i> , Pengetahuan						

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Dalam penelitian ini f -tabel ($k-1=2$) $df=97$ dengan demikian f -tabel yang digunakan adalah 3,09. Dari hasil tabel 4.13, diketahui bahwa nilai f -hitung sebesar 4,853 yang artinya ($4,853 > 3,09$) lebih besar dari 3,09. Dan nilai sign sebesar 0,01 dimana nilai sign ($0,000 < 0,05$) lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima karena hal ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan (X_1) dan variabel *Religiusitas* (X_2) secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap Kesadaran masyarakat (Y).

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi atau R^2 digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1) dan (X_2) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi dan dinyatakan dalam bentuk persentase (%).¹⁴

¹⁴ *Ibid.* 54.

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.302 ^a	.091	.072	3.74054
a. Predictors: (Constant), <i>Religiusitas</i> , Pengetahuan				
b. Dependent Variable: Kesadaran				

Sumber: SPSS 25 diolah, Maret 2024

Dari data pada tabel 4.14, diketahui bahwa R Square atau R^2 menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,091. Yang berarti besar pengaruh variabel Pengetahuan dan *Religiusitas* terhadap Kesadaran masyarakat sebesar 9,1% sedangkan yang 90,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan *religiusitas* terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang baik secara parsial maupun simultan. Pembahasan ini secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan (X1) Terhadap Kesadaran Masyarakat Dalam Konsumsi Produk Makanan Halal Di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang

Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh terhadap Kesadaran masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T diperoleh t-hitung $1,106 < 1,984$ dan nilai signifikan $0,271 > 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kesadaran. Selain itu arah

pada hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan 0,113 ke arah positif. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh positif variabel Pengetahuan terhadap Kesadaran masyarakat. Hal ini berarti jika variabel Pengetahuan meningkat maka Kesadaran masyarakat di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang akan meningkat sebesar 11,3%.

Berdasarkan keadaan sosial masyarakat kecamatan Penawartama pengetahuan belum mempengaruhi kesadaran masyarakat dalam mengkonsumsi produk makanan halal. Masyarakat masih mengesampingkan informasi akan kehalalan pada suatu produk. Karena kurangnya pengetahuan masyarakat dalam memeriksa produk makanan yang berlabel halal dan komposisi yang terdapat pada produk makanan.

Dimana pengetahuan produk menjadi bagian penting dari perilaku konsumen. Pengetahuan produk melibatkan pengetahuan tentang manfaat produk dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen.

Masih banyak masyarakat yang belum menyadari keberadaan adanya penulisan label halal pada produk yang mereka konsumsi. Karena masyarakat lebih memilih membeli barang yang banyak tentunya dengan harga yang murah, dan tentu saja belum jelas akan kesehatan dan kehalalannya.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Nugraha, dkk) bahwa lingkungan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang berarti lingkungan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengetahuan masyarakat di kecamatan Penawartama dalam

mengonsumsi produk makanan yang halal. Dikarenakan kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat dalam mengonsumsi suatu produk berdasarkan rekomendasi yang diberikan oleh teman, keluarga ataupun tetangganya yang tentunya produk tersebut belum terjamin kehalalannya. Dimana kurangnya sosialisasi mengenai produk halal seperti pentingnya label halal dan komposisi pada suatu produk.

Hal ini sejalan dengan penelitian relevan yang dilakukan oleh Syarifah Khairunnisa, Sofian Muhlisin, Yono mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Bogor (2023) dengan hasil penelitian menunjukkan variabel Pengetahuan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Produk makanan olahan halal.

2. Pengaruh *Religiusitas* (X2) Terhadap Kesadaran Masyarakat Dalam Konsumsi Produk Makanan Halal Di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran masyarakat. hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T diperoleh t-hitung $2,042 > 1,984$ dan nilai signifikan $0,044 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Selain itu arah pada hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan 0,236 ke arah positif,. Arah koefisien regresi positif menunjukkan adanya pengaruh positif variabel *Religiusitas* terhadap Kesadaran masyarakat. Hal ini berarti jika variabel *Religiusitas* meningkat maka Kesadaran masyarakat di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang akan meningkat sebesar 23,6%.

Hal ini sejalan dengan penelitian relevan yang dilakukan oleh Inarotul Ulya mahasiswi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

(2021) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan halal.

Variabel *religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal. *Religiusitas* mempengaruhi kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi produk makanan halal. Hal ini sesuai dengan keadaan lapangan di kecamatan Penawartama yang dimana masyarakatnya mengetahui bahwa mengonsumsi makanan yang halal merupakan menjalankan salah satu perintah Allah SWT, serta sudah sangat jelas diatur dalam agama islam. Semakin tinggi tingkat *religiusitas*, maka semakin tinggi pula kesadaran seseorang dalam mempertimbangkan mengonsumsi produk makanan yang halal.

Begitu pula pendapat dari Glock dan Strak (dalam Krauss, dkk) bahwa tingkat kepercayaan, pemahaman, dan penanaman ajaran islam dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Pengaruh Pengetahuan (X1) Dan *Religiusitas* (X2) Terhadap Kesadaran Masyarakat Dalam Konsumsi Produk Makanan Halal Di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang

Hasil dalam penelitian menunjukan kedua variabel bebas yaitu Pengetahuan dan *Religiusitas* berpengaruh secara simultan terhadap Kesadaran masyarakat. Hal ini terbukti dengan hasil Uji F diperoleh f-hitung sebesar $4,853 > 3,09$ dan nilai signifikan $0,01 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel independen yaitu X1 (pengetahuan) dan X2 (*religiusitas*) terhadap Y (kesadaran konsumsi) sebesar sebesar 9,1% sedangkan yang 90,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hal ini sejalan dengan penelitian relevan yang dilakukan oleh Andi Athifa Amaliah mahasiswa Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar (2020) dengan hasil penelitian variabel pengetahuan dan variabel *religiusitas* secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap kesadaran konsumen pada produk halal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti terkait Pengaruh Pengetahuan dan *Religiusitas* Terhadap Kesadaran Masyarakat dalam Konsumsi Produk Makanan Halal Di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada persamaan regresi nilai variabel pengetahuan sebesar 0,113. Artinya pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran masyarakat. Sedangkan untuk nilai t-hitung $1.106 < 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,271 > 0,05$. Yang artinya variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran masyarakat. Dengan demikian, variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada persamaan regresi nilai variabel *religiusitas* sebesar 0,236. Artinya *religiusitas* memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran masyarakat. Sedangkan untuk nilai t-hitung $2,042 > 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,044 > 0,05$. Yang artinya variabel *religiusitas* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran masyarakat. Dengan demikian, variabel *religiusitas* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesadaran masyarakat dalam

konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang.

3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai f -hitung $>$ f -tabel sebesar $4,853 > 3,09$. Dengan demikian, variabel pengetahuan dan religiusitas secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kesadaran masyarakat dalam konsumsi produk makanan halal di Kecamatan Penawartama Tulang Bawang.

B. Saran

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar menjadi gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa. Maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi produk makanan halal. Dan untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti karena tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

2. Bagi Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha untuk selalu memperhatikan segala bentuk aspek yang berpengaruh terhadap produk makanan serta untuk

memberikan informasi tentang proses produksi makanan melalui iklan agar konsumen memahami lebih dalam mengenai proses produksi yang halal sehingga konsumen merasa aman dan puas dengan produk makanan yang dikonsumsi.

3. Bagi Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengetahuan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kesadaran dalam mengonsumsi produk makanan halal. Oleh karena itu masyarakat sebaiknya lebih memperhatikan kehalalan sebuah produk makanan. Selain itu juga, masyarakat perlu mengetahui terlebih dahulu dengan mencari tahu informasi dari produk yang akan dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

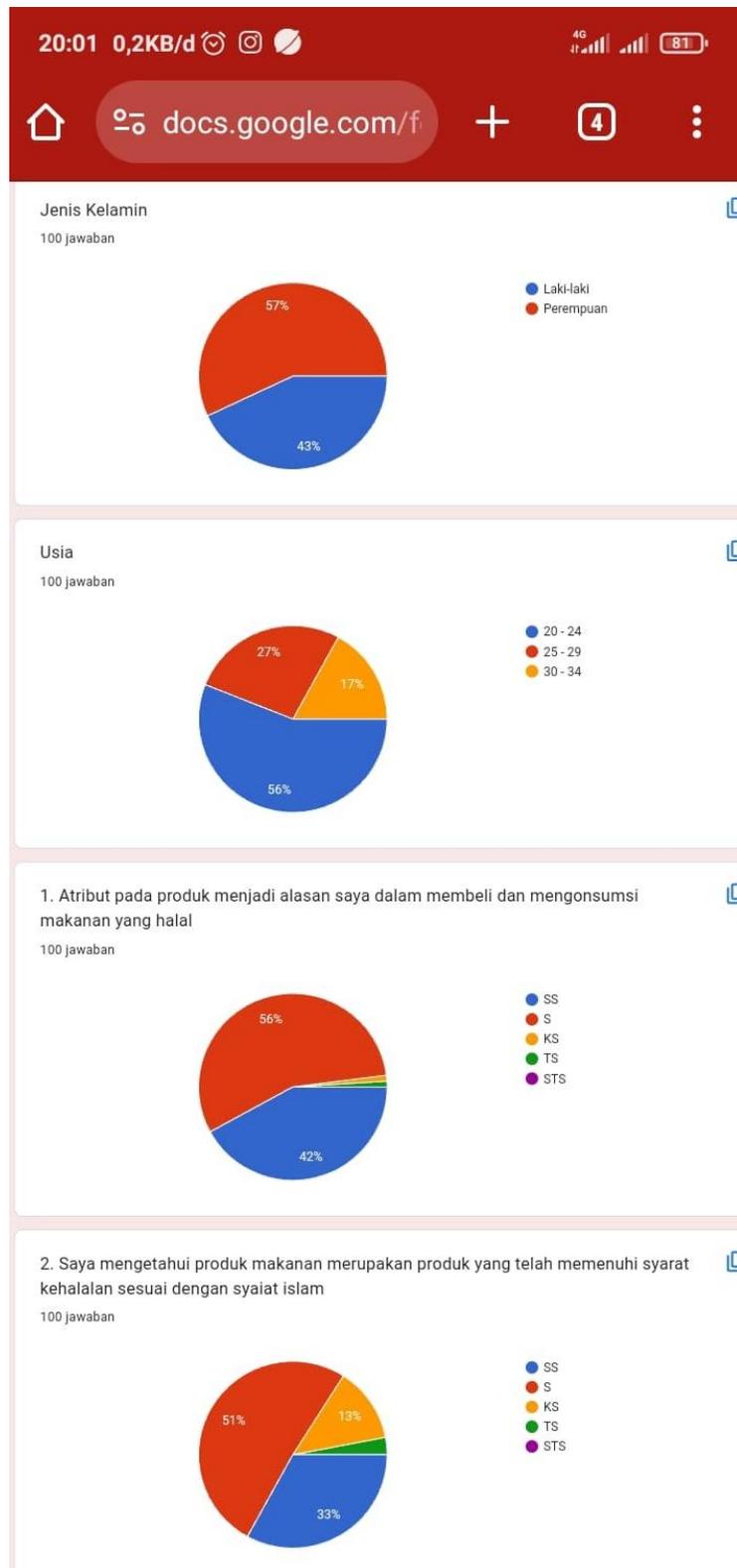
- Alwi, Said. *Perkembangan Religiusitas Remaja*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014.
- Amaliah, Andi Athifah. “Pengaruh *Religiusitas*, Pengetahuan Dan Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2016-2019 Uin Alauddin Makassar).” Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2020.
- Arsad, Putri Afifah. “Pengaruh *Religiusitas* Islam Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Merek Wardah Di Kota Medan (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Hukum Universitas Medan Area Tahun 2021).” Universitas Medan Area, 2023.
- Azzahara, Revika Viola, Deby Nofriansyah, and Siti Aisyah. “Analisis Penerapan Halal Supply Chain Management Terhadap Tingkat Kesadaran Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Kosmetik Wardah Revika.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, no. 1 (2022).
- Faridah, Hayyun Durrotul. “Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi.” *Journal of Halal Product and Research* 2, no. 2 (2019): 68–78.
- Gerungan, Karlina, and Putri Karina. “Analisa Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Restoran Surabaya.” *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 72, no. 2 (2019).
- Ghozali, Imam. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, DN Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama, 2021.
- Islami, Aufa. “Analisis Hukum Islam Terhadap Sertifikat Halal Pada Produk Makanan (Roti) Di Kota Padang.” *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law* 5, no. 2 (2023).
- Khairunnisa, Syarifah, Sofian Muhlisin, and Yono. “Pengaruh Pengetahuan Produk, *Religiusitas* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal Di Kota Bogor.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 2 (2023).
- Krauss, Steven Eric, and Dkk. “The Muslim Religiosity-Personality Measurement Inventory (MRPI)’s Religiosity Measurement Model: Towards Filling the Gaps in Religiosity Research on Muslims.” *PertanikaJ. Soc. Sci. & Hum. Universiti Putra Malaysia Press* 13, no. 2 (2005).

- Kusumastuti, Dani. "Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis." *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2020).
- M.Anang, Firmansyah. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. DEEPUBLISH. Surabaya, 2018.
- Musthofa, Ariezal, and Burhanudin. "Konsumen Muslim : Pengetahuan Produk Halal Dalam Keputusan Pembelian Makanan." *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2021).
- Nasution, Eliza Mahzura, and Umami Azhany Husna Nasution. "Konsumsi Makanan Halal Dan Haram Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3, no. 2 (2023).
- Putri Nugraha, Jefri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, et al. *Teori Perilaku Perilaku Konsumen*. JawaTengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Razak, Mahsur. *Perilaku Konsumen*. Makasar: Alauddin University Press, 2016.
- Rizaty, Monavia Ayu. "Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada 2022." *DataIndonesia.id*, 2023.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Edited by Try Koryati. KBM Indonesia, 2021.
- Sakti, Okfrisda, Aditya Anggit Pradika, and Jantika Ayu Ramadhani. *Kabupaten Tulang Bawang Dalam Angka Tulang Bawang Regency in Figures*. Tulang Bawang: BPS Kabupaten Tulang Bawang, 2023. h
- Sartika, Mila, and Aditia Motik. "Faktor Halal Awareness , Religiosity , Dan Knowledge Terhadap Consumer Decisions Dan Implikasinya Terhadap Consumer Loyalty." *Jurnal Maisyatuna* 2, no. 2 (2021).
- Setiawan, and Hasbi Assidiki Mauluddi. "At-Tijarah : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Kota Bandung." *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2019): 232–46.
- Soesilowati, Endang S, and Indah Yuliana. "Di Area Mayoritas Dan Minoritas Muslim A Comparison Of Consumers ' S Behaviour In Muslim Majority." *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 21, no. 2 (2010).
- Solso, Robert L., Otto H. Maclin, and M. Kimberly Maclin. *Psikologi Kognitif*. Jakarta: Erlangga, 2007.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Setiyawami. Bandung: ALFABETA, 2022.
- Sukoso, Adam Wiryawan, Joni Kusnadi, and Sucipto. “Ekosistem Industri Halal.” In *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, edited by Asep A. Prihanto, Muhamad Irfan Sukarna, and Hartanto Harimurti, 220, 2020.
- Syafrida. “Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim.” *ADIL: Jurnal Hukum* 7, no. 2 (2019).
- Ulya, Inarotul. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Regliguisitas Dan Bahan Manan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang).” UIN Walisongo Semarang, 2021.
- Wahyuni, Tri, Miti Yarmunida, and Debby Arisandi. “Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu.” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22, no. 3 (2022).
- Widyastuti, Hardiana, Nisa Zahra, and Fitry Primadona. “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Awareness Pada Produk Halal Di Kota Dan Kabupaten Bogor.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 4 (2023): 2427–38.
- Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

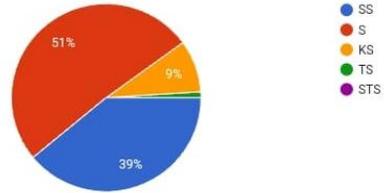
Jawaban Responden



3. Setiap produk makanan wajib mencantumkan deskripsi pada kemasannya



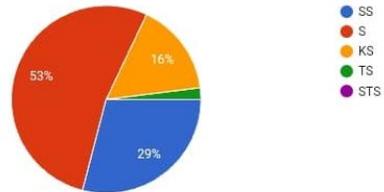
100 jawaban



4. Adanya label halal pada kemasan mempermudah saya dalam mencari informasi dan keyakinan akan mutu produk makanan



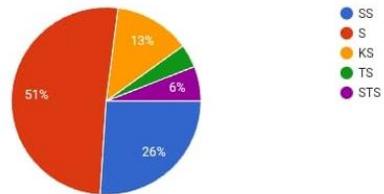
100 jawaban



5. Saya selalu memeriksa label halal dan komposisi pada produk makanan



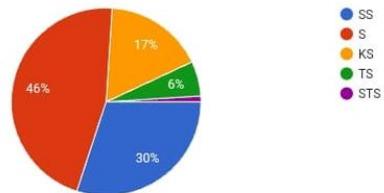
100 jawaban



6. Pengetahuan mengenai produk halal memberikan manfaat psikis bagi saya dalam memilih produk makanan



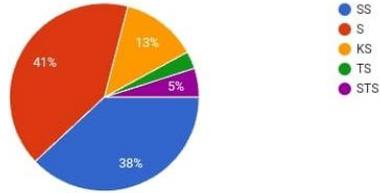
100 jawaban



7. Saya meyakini makanan yang halal akan memberikan manfaat yang baik



100 jawaban

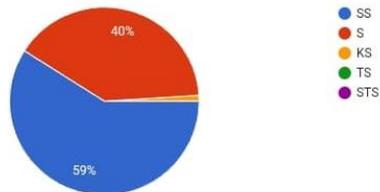


Bagian Tanpa Judul

1. Saya meyakini mengonsumsi makanan halal termasuk mematuhi perintah Allah SWT



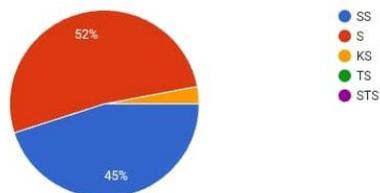
100 jawaban



2. Saya mengonsumsi produk makanan yang halal karena seorang muslim



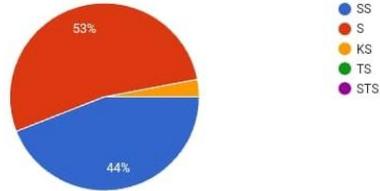
100 jawaban



3. Saya membeli dan mengonsumsi produk makanan halal karena dapat menghilangkan rasa khawatir mengenai kehalalannya



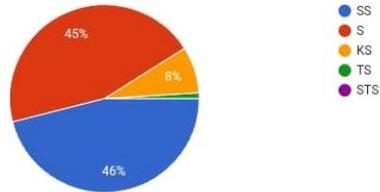
100 jawaban



4. Saya mempelajari Al-Quran dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari dengan mengonsumsi makanan yang halal dan toyyib



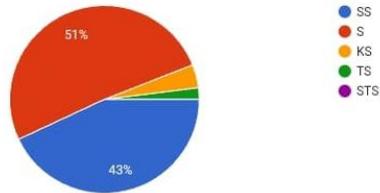
100 jawaban



5. Saya melaksanakan apa yang telah diperintahkan dan meninggalkan apa yang dilarang oleh islam termasuk dalam mengonsumsi produk makanan halal



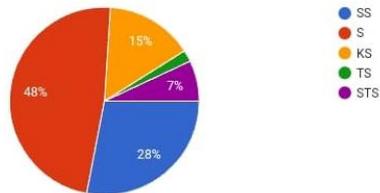
100 jawaban



6. Saya mengetahui hukum-hukum syariat islam tentang mengonsumsi makanan



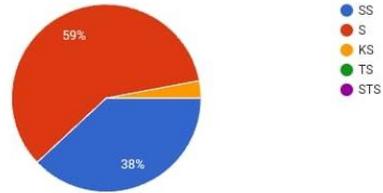
100 jawaban



7. Saya selalu berdoa sebelum mengonsumsi makanan



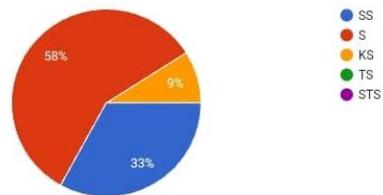
100 jawaban



8. Saya selalu berusaha mengikuti aturan agama Islam dalam memilih produk makanan halal



100 jawaban

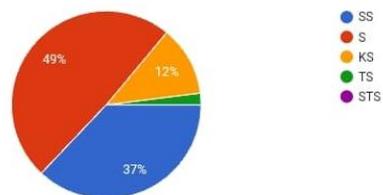


Bagian Tanpa Judul

1. Saya mengetahui syarat-syarat makanan halal



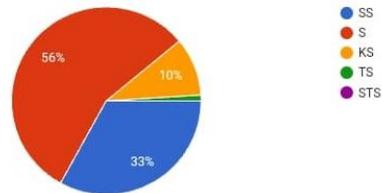
100 jawaban



2. Saya yakin bahwa produk makanan yang saya konsumsi menggunakan bahan baku yang halal



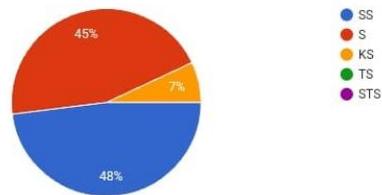
100 jawaban



3. Spesifikasi bahan produk yang digunakan penting untuk saya ketahui



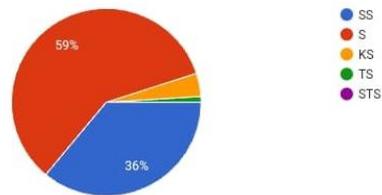
100 jawaban



4. Saya yakin bahwa produk makanan yang saya konsumsi diproduksi dengan cara yang halal



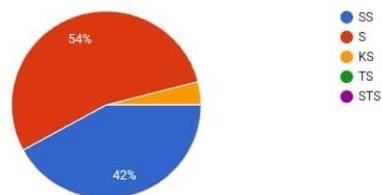
100 jawaban



5. Sebagai seorang muslim saya mengkonsumsi makanan yang berlabel halal

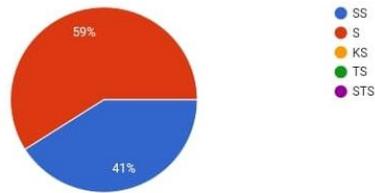


100 jawaban



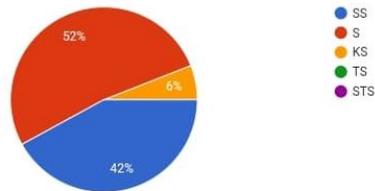
6. Sebelum membeli produk makanan, saya selalu memeriksa apakah produk tersebut sudah berlabel halal atau tidak

100 jawaban



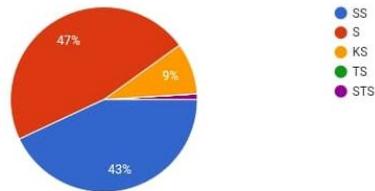
7. Saya lebih memilih produk makanan berlogo halal dari pada produk yang tidak memiliki logo halal

100 jawaban



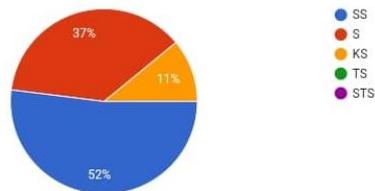
8. Saya merasa tenang dan nyaman dengan mengonsumsi produk makanan yang halal karena terjamin kebersihannya

100 jawaban



9. Saya merasa aman dengan mengonsumsi produk makanan halal karena sudah terjamin keamanannya

100 jawaban



Tabulasi Data:

Responden	Pengetahuan							Total
	X1							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	
1	4	3	4	4	1	3	4	23
2	2	4	4	4	4	4	5	27
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	5	4	3	4	4	27
5	4	3	4	4	2	3	4	24
6	4	5	3	4	4	3	3	26
7	5	5	5	5	4	5	5	34
8	4	5	5	4	3	2	2	25
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	4	4	4	4	4	4	1	25
11	4	4	3	4	4	3	4	26
12	4	3	4	2	3	4	4	24
13	5	3	5	3	3	3	3	25
14	4	4	4	4	4	3	3	26
15	4	4	4	4	3	3	3	25
16	5	3	3	3	2	2	4	22
17	4	4	4	4	4	2	4	26
18	5	5	5	5	4	5	5	34
19	5	4	5	5	5	4	5	33
20	4	4	4	3	4	4	4	27
21	4	4	4	4	3	3	1	23
22	5	3	4	3	1	3	1	20
23	4	3	4	4	1	4	4	24
24	4	3	4	3	3	3	1	21
25	4	4	4	3	4	4	4	27
26	4	5	5	5	5	5	5	34
27	4	3	4	3	3	3	3	23
28	4	4	4	4	3	4	4	27
29	4	4	4	3	3	1	3	22
30	4	2	3	3	4	3	3	22
31	4	4	5	5	5	5	5	33
32	5	3	3	3	1	4	4	23
33	4	2	4	3	2	2	4	21
34	4	3	3	4	4	2	2	22

35	5	4	2	4	3	3	3	24
36	5	5	5	5	5	5	5	35
37	4	4	4	3	4	3	4	26
38	4	5	5	5	5	5	5	34
39	4	4	3	3	1	3	2	20
40	5	5	5	5	5	5	5	35
41	4	4	4	2	2	2	3	21
42	5	4	4	4	4	4	5	30
43	5	5	4	5	4	4	5	32
44	5	4	4	4	4	4	4	29
45	5	5	5	5	5	5	5	35
46	5	5	5	5	5	5	5	35
47	3	3	4	4	4	3	1	22
48	5	5	5	4	5	4	5	33
49	5	5	5	4	5	5	5	34
50	4	4	4	4	4	5	4	29
51	5	5	5	4	1	5	3	28
52	4	4	4	4	4	4	5	29
53	5	5	5	5	5	4	4	33
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	5	4	4	4	4	4	4	29
56	4	5	5	3	5	5	4	31
57	4	4	4	4	4	4	4	28
58	5	5	4	5	4	4	5	32
59	5	5	5	4	4	5	5	33
60	5	5	5	5	5	5	5	35
61	4	4	5	5	5	4	5	32
62	4	4	4	4	4	4	5	29
63	5	5	5	5	4	4	5	33
64	4	4	4	4	4	4	5	29
65	4	4	4	4	4	4	5	29
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	4	4	4	4	4	4	4	28
69	5	5	5	5	5	5	5	35
70	5	5	5	5	5	4	4	33
71	4	4	4	4	4	5	4	29
72	5	5	4	5	4	5	5	33
73	4	4	4	4	4	4	5	29

74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	4	4	5	5	4	4	4	30
76	5	5	5	4	5	4	3	31
77	4	4	5	4	5	4	5	31
78	4	4	4	5	4	5	4	30
79	4	4	4	5	4	4	5	30
80	5	4	5	4	4	4	5	31
81	5	4	4	4	5	4	5	31
82	4	5	4	4	5	4	4	30
83	4	4	5	5	5	5	4	32
84	5	5	5	5	4	5	5	34
85	5	5	5	5	4	5	5	34
86	5	4	4	4	5	5	4	31
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	4	5	5	5	4	4	4	31
89	5	5	4	4	4	4	4	30
90	5	4	5	4	4	4	4	30
91	5	5	5	4	5	4	4	32
92	5	5	4	4	5	4	5	32
93	5	4	4	5	4	5	5	32
94	5	4	4	5	4	5	5	32
95	4	4	5	4	5	5	4	31
96	5	4	5	4	4	5	5	32
97	5	4	5	3	4	5	4	30
98	4	5	5	4	4	5	4	31
99	4	4	3	4	3	4	3	25
100	4	2	3	3	3	3	3	21

38	5	5	5	5	4	4	4	4	36
39	4	4	4	5	4	3	5	4	33
40	5	5	5	5	5	5	4	5	39
41	4	4	3	3	4	1	4	4	27
42	5	4	4	4	5	4	5	4	35
43	5	4	5	4	5	4	4	4	35
44	5	5	4	5	5	4	4	4	36
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	5	5	5	5	5	5	5	4	39
48	5	5	5	5	5	5	5	4	39
49	4	4	5	5	5	5	4	5	37
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	5	3	4	5	2	5	5	5	34
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	4	4	4	5	5	5	4	4	35
54	5	5	5	4	4	3	5	4	35
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	5	4	4	5	4	4	5	4	35
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	5	5	5	5	5	4	4	4	37
59	5	5	4	5	4	4	4	4	35
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	5	5	4	5	4	4	5	4	36
62	5	4	5	4	4	4	4	4	34
63	5	5	5	4	5	3	5	5	37
64	5	5	5	5	4	4	4	4	36
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	5	4	4	4	4	4	4	4	33
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	4	4	4	5	5	5	5	5	37
71	5	4	5	4	5	5	4	5	37
72	5	5	4	5	4	4	5	5	37
73	5	4	3	4	4	3	4	4	31
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	5	4	5	5	4	5	4	5	37
76	5	4	4	5	4	5	4	4	35
77	4	5	5	5	5	4	4	5	37

78	5	5	4	5	5	3	5	4	36
79	4	5	5	5	5	4	4	5	37
80	5	4	4	4	4	4	4	5	34
81	5	4	3	4	5	4	5	4	34
82	5	5	4	4	4	4	4	4	34
83	5	4	4	4	4	4	4	4	33
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	5	4	4	4	5	4	5	5	36
86	4	5	5	4	4	4	4	5	35
87	5	4	4	4	4	4	4	4	33
88	4	4	4	5	4	3	5	4	33
89	4	5	4	3	4	4	4	4	32
90	5	4	4	3	4	3	5	4	32
91	4	5	4	4	5	4	5	4	35
92	4	4	4	5	5	4	5	4	35
93	5	4	4	5	5	5	4	4	36
94	5	4	4	4	4	4	5	5	35
95	4	5	5	4	5	5	4	5	37
96	4	5	5	4	5	5	5	4	37
97	5	5	5	4	5	3	4	4	35
98	4	5	5	4	4	4	4	5	35
99	5	4	5	5	4	3	4	4	34
100	4	4	5	4	4	4	4	4	33

42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
43	4	4	4	5	5	4	4	4	5	39
44	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
47	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
48	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
49	5	5	5	4	5	5	5	4	4	42
50	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
51	2	5	5	2	3	4	5	1	5	32
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
53	4	4	5	4	5	5	5	5	5	42
54	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
56	5	4	4	4	4	5	5	5	5	41
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
61	3	4	4	4	4	4	3	4	3	33
62	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
63	5	5	3	5	5	4	4	5	5	41
64	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
70	4	4	4	4	4	5	4	3	3	35
71	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
72	5	4	5	4	4	4	5	5	5	41
73	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
74	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
75	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
76	4	4	5	5	4	5	5	4	5	41
77	5	4	5	4	4	4	4	5	5	40
78	5	4	5	5	5	4	4	4	4	40
79	3	3	4	4	3	4	3	4	5	33
80	5	5	4	4	4	5	4	4	5	40
81	4	3	5	5	4	4	4	4	4	37
82	4	5	5	5	4	5	4	4	4	40
83	5	4	3	4	4	4	5	5	4	38
84	4	4	5	4	5	5	5	5	5	42
85	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42

86	5	4	3	4	5	5	5	4	5	40
87	4	4	5	4	4	5	4	4	3	37
88	5	3	5	5	4	5	4	4	4	39
89	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
90	5	3	4	5	4	4	5	4	5	39
91	5	4	4	4	5	5	4	4	5	40
92	5	4	4	5	5	4	5	4	5	41
93	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
94	3	4	5	4	4	4	4	3	3	34
95	4	5	5	4	5	4	4	5	4	40
96	4	4	4	3	4	4	4	3	3	33
97	5	5	4	4	4	5	4	4	5	40
98	5	4	5	3	4	4	4	5	5	39
99	3	3	5	4	4	4	3	4	4	34
100	4	5	4	4	4	4	5	4	5	39

Uji Validitas

Pengetahuan

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	.392**	.296**	.282**	.155	.333**	.315**	.490**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.004	.123	.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P02	Pearson Correlation	.392**	1	.524**	.587**	.552**	.527**	.417**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P03	Pearson Correlation	.296**	.524**	1	.447**	.460**	.531**	.390**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P04	Pearson Correlation	.282**	.587**	.447**	1	.523**	.560**	.502**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P05	Pearson Correlation	.155	.552**	.460**	.523**	1	.505**	.479**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.123	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P06	Pearson Correlation	.333**	.527**	.531**	.560**	.505**	1	.582**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P07	Pearson Correlation	.315**	.417**	.390**	.502**	.479**	.582**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.490**	.772**	.697**	.764**	.760**	.807**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Religiusitas

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	.305**	.291**	.439**	.378**	.330**	.352**	.358**	.581**
	Sig. (2-tailed)		.002	.003	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P02	Pearson Correlation	.305**	1	.587**	.429**	.480**	.377**	.349**	.450**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P03	Pearson Correlation	.291**	.587**	1	.413**	.436**	.410**	.226	.458**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000	.000	.024	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P04	Pearson Correlation	.439**	.429**	.413**	1	.442**	.608**	.400**	.529**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P05	Pearson Correlation	.378**	.480**	.436**	.442**	1	.479**	.364**	.447**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P06	Pearson Correlation	.330**	.377**	.410**	.608**	.479**	1	.390**	.656**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P07	Pearson Correlation	.352**	.349**	.226	.400**	.364**	.390**	1	.483**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.024	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P08	Pearson Correlation	.358**	.450**	.458**	.529**	.447**	.656**	.483**	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.581**	.677**	.657**	.769**	.713**	.813**	.610**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Kesadaran
Correlations**

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	.287**	.210	.366**	.344**	.319**	.360**	.502**	.353**	.625**
	Sig. (2-tailed)		.004	.036	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P02	Pearson Correlation	.287**	1	.310**	.277**	.492**	.355**	.503**	.343**	.415**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.004		.002	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P03	Pearson Correlation	.210	.310**	1	.320**	.355**	.296**	.333**	.322**	.336**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.036	.002		.001	.000	.003	.001	.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P04	Pearson Correlation	.366**	.277**	.320**	1	.499**	.368**	.434**	.530**	.366**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P05	Pearson Correlation	.344**	.492**	.355**	.499**	1	.450**	.551**	.575**	.509**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P06	Pearson Correlation	.319**	.355**	.296**	.368**	.450**	1	.523**	.375**	.395**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P07	Pearson Correlation	.360**	.503**	.333**	.434**	.551**	.523**	1	.488**	.627**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P08	Pearson Correlation	.502**	.343**	.322**	.530**	.575**	.375**	.488**	1	.602**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P09	Pearson Correlation	.353**	.415**	.336**	.366**	.509**	.395**	.627**	.602**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.625**	.643**	.555**	.666**	.762**	.634**	.771**	.780**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

<i>Cronbah's Alpha</i>	N of Items
.845	7

Reliability Statistics

<i>Cronbah's Alpha</i>	N of Items
.845	8

Reliability Statistics

<i>Cronbah's Alpha</i>	N of Items
.858	9

Hasil Olah Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.70256830
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.052
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.166 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	27.589	3.689		7.479	.000		
	Pengetahuan	.113	.102	.122	1.106	.271	.776	1.289
	Religiusitas	.236	.115	.224	2.042	.044	.776	1.289

a. Dependent Variable: Kesadaran

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.514	1.970		3.813	.000
	Pengetahuan	-.077	.054	-.158	-1.411	.162
	Religiusitas	-.064	.062	-.117	-1.043	.299

a. Dependent Variable: ABS_RES

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	27.589	3.689		7.479	.000
	Pengetahuan	.113	.102	.122	1.106	.271
	Religiusitas	.236	.115	.224	2.042	.044

a. Dependent Variable: Kesadaran

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.798	2	67.899	4.853	.010 ^b
	Residual	1357.192	97	13.992		
	Total	1492.990	99			

a. Dependent Variable: Kesadaran

b. Predictors: (Constant), *Religiusitas*, Pengetahuan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.302 ^a	.091	.072	3.74054

a. Predictors: (Constant), *Religiusitas*, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Kesadaran

Tabel R-Hitung (lanjutan)

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211
101	0,1630	0,1937	0,2290	0,2528	0,3196
102	0,1622	0,1927	0,2279	0,2515	0,3181
103	0,1614	0,1918	0,2268	0,2504	0,3166
104	0,1606	0,1909	0,2257	0,2492	0,3152
105	0,1599	0,1900	0,2247	0,2480	0,3137
106	0,1591	0,1891	0,2236	0,2469	0,3123
107	0,1584	0,1882	0,2226	0,2458	0,3109
108	0,1576	0,1874	0,2216	0,2446	0,3095
109	0,1569	0,1865	0,2206	0,2436	0,3082
110	0,1562	0,1857	0,2196	0,2425	0,3068
111	0,1555	0,1848	0,2186	0,2414	0,3055
112	0,1548	0,1840	0,2177	0,2403	0,3042
113	0,1541	0,1832	0,2167	0,2393	0,3029
114	0,1535	0,1824	0,2158	0,2383	0,3016
115	0,1528	0,1816	0,2149	0,2373	0,3004
116	0,1522	0,1809	0,2139	0,2363	0,2991
117	0,1515	0,1801	0,2131	0,2353	0,2979
118	0,1509	0,1793	0,2122	0,2343	0,2967
119	0,1502	0,1786	0,2113	0,2333	0,2955
120	0,1496	0,1779	0,2104	0,2324	0,2943

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0496/In.28.1/J/TL.00/02/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Muhammad Mujib Baidhowi (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **DILLA ISTICHOMAH**
NPM : 2003010016
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari`ah
Judul : **PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP
KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK
MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG
BAWANG**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 19 Februari 2024

Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana

NIP 198906022020121011

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN *RELIGIUSITAS* TERHADAP
KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK
MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA
TULANG BAWANG**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Pengetahuan
 - 1. Pengertian Pengetahuan
 - 2. Pengetahuan Produk Halal
 - 3. Jenis-jenis Pengetahuan

4. Indikator Pengetahuan
 5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan
- B. *Religiusitas*
1. Pengertian *Religiusitas*
 2. Indikator *Religiusitas*
 3. Faktor yang Mempengaruhi *Religiusitas*
- C. Kesadaran
1. Pengertian Kesadaran
 2. Indikator Kesadaran
 3. Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran
- D. Makanan Halal
1. Perintah Mengonsumsi Makanan Halal
 2. Kriteria Makanan Halal
- E. Kerangka Berfikir
- F. Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Instrument Penelitian
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
- B. Karakteristik Responden
- C. Hasil Penelitian
 1. Pengujian Instrumen
 2. Uji Asumsi Klasik
 3. Pengujian Hipotesis
- D. Pembahasan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

Mengetahui,
Pembimbing



Muhammad Muhib Baidhowi, M.E
NIP. 19910311 202012 2 005

Metro, 26 Februari 2024

Mahasiswa Ybs.



Dilla Istichomah
NPM. 2003010016

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGARUH PENGETAHUAN DAN *RELIGIUSITAS* TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG BAWANG

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia

- 20 – 24
- 25 – 29
- 30 – 34

B. Petunjuk pengisian kuesioner

Setiap pernyataan yang dijawab oleh responden terdiri dari lima alternatif jawaban dengan memberi tanda ceklis atau klik pada jawaban yang dipilih.

Keterangan:

SS : Sangat setuju

S : Setuju

KS : Kurang setuju

TS : Tidak setuju

STS : Sangat tidak setuju

1. Pengetahuan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Atribut pada produk menjadi alasan saya dalam membeli dan mengonsumsi makanan yang halal					

2.	Saya mengetahui produk makanan merupakan produk yang telah memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat islam					
3.	Setiap produk makanan wajib mencantumkan deskripsi pada kemasannya					
4.	Adanya label halal pada kemasan mempermudah saya dalam mencari informasi dan keyakinan akan mutu produk makanan					
5.	Saya selalu memeriksa label halal dan komposisi pada produk makanan					
6.	Pengetahuan mengenai produk halal memberikan manfaat psikis bagi saya dalam memilih produk makanan					
7.	Saya meyakini makanan yang halal akan memberikan manfaat yang baik					

2. *Religiusitas*

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya meyakini mengonsumsi makanan halal termasuk mematuhi perintah Allah SWT					
2.	Saya mengonsumsi produk makanan yang halal karena seorang muslim					
3.	Saya membeli dan mengonsumsi produk makanan halal karena dapat menghilangkan rasa khawatir mengenai kehalalannya					
4.	Saya mempelajari Al-Quran dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari dengan mengonsumsi makanan yang halal dan toyyib					
5.	Saya melaksanakan apa yang telah diperintahkan dan meninggalkan apa yang dilarang oleh islam termasuk dalam mengonsumsi produk makanan halal					

6.	Saya mengetahui hukum-hukum syariat islam tentang mengonsumsi makanan					
7.	Saya selalu berdoa sebelum mengonsumsi makanan					
8.	Saya selalu berusaha mengikuti aturan agama Islam dalam memilih produk makanan halal					

3. Kesadaran

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mengetahui syarat-syarat makanan halal					
2.	Saya yakin bahwa produk makanan yang saya konsumsi menggunakan bahan baku yang halal					
3.	Spesifikasi bahan produk yang digunakan penting untuk saya ketahui					
4.	Saya yakin bahwa produk makanan yang saya konsumsi diproduksi dengan cara yang halal					
5.	Sebagai seorang muslim saya mengonsumsi makanan yang berlabel halal					
6.	Sebelum membeli produk makanan, saya selalu memeriksa apakah produk tersebut sudah berlabel halal atau tidak					
7.	Saya lebih memilih produk makanan berlogo halal dari pada produk yang tidak memiliki logo halal					
8.	Saya merasa tenang dan nyaman dengan mengonsumsi produk makanan yang halal karena terjamin kebersihannya					
9.	Saya merasa aman dengan mengonsumsi produk makanan halal karena sudah terjamin keamanannya					

C. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu: untuk mengamati perilaku ataupun kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi suatu produk makanan.

D. Dokumentasi

Dokumentasi pada penelitian ini berupa profil pada lokasi penelitian yang dilakukan di Kecamatan Penawartama.

Metro, 26 Februari 2024

Mengetahui,
Pembimbing

Mahasiswa Ybs.



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 19910311 202012 2 005



Dilla Istichomah
NPM. 2003010016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0642/In.28/D.1/TL.01/02/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **DILLA ISTICHOMAH**
NPM : 2003010016
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di KECAMATAN PENAWARTAMA, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG BAWANG".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 27 Februari 2024



Mengetahui,
Pejabat Setempat

M. AMI ISWANDI ISMED BALAW, S.Kom., M.Pd
Nip. 198011212006041005

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0641/In.28/D.1/TL.00/02/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
CAMAT KECAMATAN
PENAWARTAMA
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0642/In.28/D.1/TL.01/02/2024,
tanggal 27 Februari 2024 atas nama saudara:

Nama : **DILLA ISTICHOMAH**
NPM : 2003010016
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada CAMAT KECAMATAN PENAWARTAMA bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di KECAMATAN PENAWARTAMA, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT DALAM KONSUMSI PRODUK MAKANAN HALAL DI KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG BAWANG".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 27 Februari 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



PEMERINTAH KABUPATEN TULANG BAWANG
KECAMATAN PENAWARTAMA

Jalan Raya Lintas Rawa Jitu No.1A kode pos 34595

www.kecamatanpenawartama.blogspot.com

BOGATAMA

Bogatama, 04 Maret 2024

Nomor : 421/ 215 /VIII.12/PT/TB/ III/2024
Lampiran : -
Sifat : Penting
Perihal : Balasan Izin Research

KepadaYth,
Ketua Jurusan Institut Agama
Islam Negeri Metro Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam
Di

Tempat

Berdasarkan Surat Nomor: B-0641/In.28/D.1/TL.00/02/2024 Perihal
Izin Research Pada tanggal 27 Februari 2024 Kepada Mahasiswa:

Nama : DILLA ISTICHOMAH
NPM : 2003010016
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT DALAM
KONSUMSI PRODUK MAKANAN HALAL DI
KECAMATAN PENAWARTAMA TULANG BAWANG

Bersama ini kami sampaikan bahwa Mahasiswa tersebut diatas dapat
kami terima untuk melakukan Research di Kecamatan Penawartama
Kabupaten Tulang Bawang .

Demikian atas perhatiannya dan kerjasamanya disampaikan terima
kasih.



KECAMATAN PENAWARTAMA

M AMI ISWANDI ISMED BALAW., S Kom., M.M.
NIP 19801121 200604 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-277/In.28/S/U.1/OT.01/05/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : DILLA ISTICHOMAH
NPM : 2003010016
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003010016

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 14 Mei 2024
Kepala Perpustakaan



Asad
Dr. Asad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Dilla Istichomah
NPM : 2003010016
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Kesadaran Masyarakat Dalam Konsumsi Produk Makanan Halal Di Kecamatan Penawarta Tulang Bawang** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 15%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 16 Mei 2024
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website : www.metrouniv.ac.id; e-mail : iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dilla Istichomah
NPM : 2003010016

Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY
Semester/ TA : V/II

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin. 13 Mei 2024	Acc Skripsi silahkan diujikan.	

Dosen Pembimbing

Munamid Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Mahasiswa Ybs

Dilla Istichomah
NPM. 2003010016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website : www.metrouniv.ac.id; e-mail : iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

**Nama : Dilla Istichomah
NPM : 2003010016**

**Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY
Semester/ TA :**

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa. 7 Mei 2024	<ul style="list-style-type: none">- Sesuai dengan aturan dan format- Bahwa hasil uji yg didapatkan- pada lampiran lampiran- dan sebagainya	

Dosen Pembimbing

Muhammad Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Mahasiswa Ybs

Dilla Istichomah
NPM. 2003010016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website : www.metrouniv.ac.id; e-mail : iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dilla Istichomah
NPM : 2003010016

Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY
Semester/ TA : V/ III

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	1/64 2024	<ul style="list-style-type: none">- Penulisan di perbaiki.- Referensi- Analisis di perbaiki.	

Dosen Pembimbing

Muhammad Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Mahasiswa Ybs

Dilla Istichomah
NPM. 2003010016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website : www.metrouniv.ac.id; e-mail : iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dilla Istichomah
NPM : 2003010016

Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY
Semester/ TA : \sqrt{III}

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 26 Maret 2024	<ul style="list-style-type: none">- Kata dialiris, di petra- Kata? ke data pada tray indiktor- Deskripsi hasil data. sesuai dengan realita dilapangan.	

Dosen Pembimbing

Muhammad Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Mahasiswa Ybs

Dilla Istichomah
NPM. 2003010016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website : www.metrouniv.ac.id; e-mail : iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dilla Istichomah
NPM : 2003010016

Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY
Semester/ TA : 8

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin. 26 Februari 2024.	App penelitian. - silalah layout penelitian Offline sudah ok.	

Dosen Pembimbing

Muhammad Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 199103112020121005

Mahasiswa Ybs

Dilla Istichomah
NPM. 2003010016

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Dilla Istichomah dilahirkan di Bogatama, pada tanggal 31 Maret 2002. Peneliti merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari Bapak Yarkoni dan Alm. Ibu Maryuning. Bertempat tinggal di Desa Bogatama, Kecamatan Penawartama, Kabupaten Tulang Bawang.

Adapun pendidikan yang telah ditempuh peneliti adalah sebagai berikut:

1. TK Dharma Wanita pada tahun 2008
2. SDN 01 Bogatama pada tahun 2014
3. SMP Negeri 2 Penawartama pada tahun 2017
4. SMA Negeri 1 Penawartama pada tahun 2020

Kemudian pada tahun 2020 peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah.