

SKRIPSI

**PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL SERTA
BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI
MAKANAN DAN MINUMAN
(Studi Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur)**

Oleh :

**AZAHRA EKA PUTRI
NPM. 2103011015**



**Program Studi Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H / 2025 M**

**PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL SERTA
BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN
MINUMAN
(Studi Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur)**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

AZAHRA EKA PUTRI
NPM. 2103011015

Pembimbing: M. Mujib Baidhowi, M.E.

Program Studi Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H / 2025 M**



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan Untuk diMunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Di-
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

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

Nama : AZAHRA EKA PUTRI
NPM : 2103011015
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : PENGARUH SERTIFIKASI DAN KESADARAN HALAL
SERTA BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI
MAKANAN DAN MINUMAN (STUDI PADA
MASYARAKAT DESA SIDO MULYO KECAMATAN
PUNGGUR)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diMunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, 20 Juni 2025

Dosen Pembimbing,


M. Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH SERTIFIKASI DAN KESADARAN HALAL SERTA
BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN
MINUMAN (STUDI PADA MASYARAKAT DESA SIDO
MULYO KECAMATAN PUNGGUR)
Nama : AZAHRA EKA PUTRI
NPM : 2103011015
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk diMunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 10 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



M. Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 19910511202012005

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-1555/In.28.3/D/PP.00.9/07/2025

Skripsi dengan Judul: "PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL SERTA BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN (STUDI PADA MASYARAKAT DESA SIDO MULYO KECAMATAN PUNGGUR)" disusun oleh: Azahra Eka Putri, NPM. 2103011015, Program Studi : Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin, 23 Juni 2025

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.

Penguji I : Thoyibatun Nisa, M.Akt.

Penguji II : Misfi Laili Rohmi, M.Si.

Sekretaris : Agus Alimuddin, M.E.

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dri Santoso, M.H

NIP. 196701161995031001

ABSTRAK

PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL, SERTA BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN (Studi Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur)

Oleh:

Azahra Eka Putri

Produk makanan dan minuman merupakan produk kebutuhan primer manusia sehingga sangat dibutuhkan. Pada masyarakat muslim, produk makanan memiliki ketentuan yaitu terkait makanan halal agar sesuai syariat. Namun, banyak produk yang masih belum jelas terkait kehalalannya sehingga dapat mempengaruhi minat beli. Selain itu, bahan baku serta kesadaran halal masyarakat juga penting karena dianggap dapat mempengaruhi minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal, kesadaran halal serta bahan baku secara parsial maupun simultan terhadap minat beli makanan dan minuman.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer, yang mana pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat muslim di Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur dan diambil sebanyak 96 responden yang ditentukan dengan rumus *Slovin* dengan menggunakan metode *cluster sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli sedangkan variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan variabel bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Kemudian melalui uji F bahwa variabel label halal, kesadaran halal serta bahan baku berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. R square sebesar 0,580 menunjukkan bahwa sebesar 58% variabel minat beli bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 42% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Label Halal, Kesadaran Halal, Bahan Baku.

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AZAHRA EKA PUTRI
NPM : 2103011015
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Metro, 10 Juni 2025

Yang menyatakan



Azahra Eka Putri

NPM. 2103011015

HALAMAN MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya : “Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)¹

“Orang lain gak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* nya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan saat ini.”

“Jadi tetap berjuang ya!”

¹ Al-Qur'an Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Lajnah Pentasihihan Mushaf Al-Qur'an, 2015.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Dengan ketulusan dan rasa syukur, peneliti memuji Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya. Skripsi ini bukan sekadar karya akademik, tetapi persembahan dari ketekunan, doa, dan cinta sebagai wujud penghormatan dan kasih sayang kepada:

1. Orangtua tercinta, Ayah Sugiman dan Ibu Maryamah yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya, dan memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini, serta memberi do'a yang tiada lelahnya serta berjuang demi anak-anaknya.
2. Serta tidak lupa Bude Sugiyanti dan Bulek Hasanah, dan adik – adik saya tercinta Muhammad Iqbal, Ilham Aditya, M. Lutfi Alfadhilah dan Thania Kumala Sakti yang selalu memberikan semangat dan dorongan pada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Almamater tercinta serta keluarga besar Institut Agama Islam Negeri Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas taufik, hidayah, dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Dan Kesadaran Halal Serta Bahan Baku Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman (Studi pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur)”. Shalawat dan salam marilah kita sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang selalu kita harapkan syafaatnya di hari kiamat nanti. Aamiin.

Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Ekonomi Syariah 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. Ida Umami, M.Pd.,Kons., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. M. Mujib Baidhowi, M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Ibu Enny Puji Lestari, M.E.Sy., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. M. Mujib Baidhowi, M.E., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti.

6. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu dan fasilitas selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Bapak Kepala Desa/Lurah Ashari dan masyarakat Desa Sido Mulyo yang telah bersedia diwawancarai dan mengisi kuesioner, serta informasi yang diperlukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan kedepannya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan para pembaca.

Metro, 10 Juni 2025

Peneliti



Azahra Eka Putri

NPM.2103011015

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	v
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Penelitian Relevan.....	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Minat Beli.....	17
1. Definisi Minat Beli.....	17
2. Theory Planned Behavior.....	17
3. Indikator Minat beli	18
4. Jenis – Jenis Minat Beli Konsumen	19
5. Faktor Yang Membentuk Minat Beli Konsumen	21
B. Definisi Label Halal	22

1. Konsep Halal.....	22
2. Pengertian Label Halal.....	23
3. Landasan Hukum Sertifikat Halal.....	24
4. Manfaat Label Halal.....	26
5. Mekanisme Sertifikat Halal.....	27
6. Indikator Label Halal	29
C. Kesadaran Halal	30
1. Definisi Kesadaran Halal	31
2. Jenis – Jenis Kesadaran Halal	33
3. Indikator Kesadaran Halal	29
D. Bahan Baku	33
1. Definisi Bahan Baku	33
2. Ketentuan Bahan dan Proses Produk Halal.....	34
3. Indikator Bahan Baku.....	35
E. Kerangka Berpikir	36
F. Hipotesis Penelitian.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	43
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	44
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	46
D. Teknik pengumpulan Data	48
E. Instrumen Penelitian	49
F. Teknik Analisis Data	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	58
1. Deskripsi Lokasi Penelitian	58
2. Klasifikasi Responden	61
3. <i>Pilot Test</i>	62
4. Deskripsi Data Hasil Penelitian	66
B. Pembahasan	75
1. Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli.....	75

2. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli	78
3. Pengaruh Bahan Baku Terhadap Minat Beli	81
4. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal serta Bahan Baku Secara Simultan Terhadap Minat Beli.	83

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	84
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Relevan	13
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 3.2	Jumlah Masyarakat Desa Sido Mulyo	46
Tabel 3.3	Jumlah Sampel	48
Tabel 3.4	Skala Pengukuran Likert	49
Tabel 3.5	Kisi – Kisi Instrumen Penelitian	50
Tabel 4.1	Batas Wilayah	59
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk	59
Tabel 4.3	Pembagian Wilayah	61
Tabel 4.4	Klasifikasi Umur Responden	61
Tabel 4.5	Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.6	Klasifikasi Alamat Responden	62
Tabel 4.7	Uji Validitas Label Halal (X_1) <i>Pilot Test</i>	63
Tabel 4.8	Uji Validitas Kesadaran Halal (X_2) <i>Pilot Test</i>	64
Tabel 4.9	Uji Validitas Bahan Baku (X_3) <i>Pilot Test</i>	64
Tabel 4.10	Uji Validitas Minat Beli (Y) <i>Pilot Test</i>	65
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas <i>Pilot Test</i>	66
Tabel 4.12	Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.13	Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.14	Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4.15	Uji t	73
Tabel 4.16	Uji F	74
Tabel 4.17	Uji Koefisien Diterminasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Hasil Pra Survey	7
Gambar 1.2	Diagram Hasil Pra Survey	8
Gambar 2.1	Tahapan Sertifikat Halal Jalur Reguler	29
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir	38
Gambar 4.2	Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data (APD)
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Tabulasi Data
11. Hasil Uji Statistik
12. Hasil Uji Asumsi Klasik
13. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
14. Hasil Uji Hipotesis
15. T Tabel
16. F Tabel
17. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Permintaan akan produk halal di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dengan banyaknya populasi mayoritas muslim di negara ini. Menurut pandangan Islam, mengonsumsi produk halal adalah hal yang sangat penting bagi seorang Muslim. Data dari Kementerian Agama RI (2020) menyebutkan bahwa 87,2% dari total populasi Indonesia adalah muslim, yang mana Indonesia memiliki 13,1% dari total populasi muslim di dunia.¹ Hal ini menjadikan pasar makanan dan minuman halal di Indonesia sangat strategis, namun juga membutuhkan pengawasan yang ketat terhadap produk yang beredar. Masyarakat muslim merupakan konsumen terbesar di Indonesia, sehingga menjadi sasaran utama produk import dari negara asing.² Oleh sebab itu, konsumen di Indonesia seharusnya mendapatkan perlindungan untuk memastikan kehalalan produk makanan dan minuman yang dijual.

Makanan dan minuman halal adalah produk yang diperbolehkan untuk dikonsumsi menurut hukum Islam. Sebagai negara yang menjamin kebebasan beragama dan beribadah bagi seluruh penduduknya, Indonesia sangat memperhatikan pentingnya produk halal. Jaminan ini mencakup perlindungan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat muslim untuk menjalankan ibadah

¹ Badan Pusat Statistik Kota Samarinda. 2024. *Religion in Indonesia*. Diakses dari <https://samarindakota.bps.go.id/en/statistics-table/1/MzI0IzE=/religion-in-indonesia--2024.html>. Diakses pada tanggal 15 februari pukul 14.55 WIB.

² Erwin Febrian Syuhada, "Pendekatan Maqasid Syariah dalam Meningkatkan Kepercayaan Pada Sertifikasi Halal," *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no. 02 (2023), 21–28.

sesuai syariat, termasuk mengonsumsi produk halal.³ Dengan adanya jaminan ini, masyarakat muslim dapat memenuhi salah satu syariat Islam, yaitu mengonsumsi makanan yang halal.

Pada dasarnya, umat Islam memprioritaskan dua aspek utama dalam konsumsi mereka, yaitu halal dan baik (halal tayyiban). Prinsip ini menekankan bahwa apa yang dikonsumsi tidak hanya harus terbebas dari hal-hal yang diharamkan, tetapi juga harus membawa kebaikan bagi tubuh dan jiwa. Dalam praktiknya, perilaku konsumsi halal sangat dipengaruhi oleh pemahaman dan kesadaran setiap individu muslim terhadap konsep halal. Tingkat kesadaran inilah yang kemudian menjadi faktor penting dalam menentukan apakah seorang muslim benar-benar menjaga kehalalan konsumsinya.⁴

Mengonsumsi produk halal memiliki dampak besar terhadap kesejahteraan jiwa dan kesehatan umat Islam. Makanan halal diyakini dapat menenangkan jiwa, meningkatkan kesehatan, dan membuat doa lebih mudah dikabulkan oleh Allah Swt.⁵ Oleh karena itu, minat beli konsumen terhadap produk halal sangat bergantung pada pemahaman mereka tentang pentingnya kehalalan dalam konsumsi sehari-hari. Minat beli ini sangat penting untuk

³ Hayyun Durrotul Faridah, "Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi," *Jurnal Of Halal Product and Research* 2, no. 2 (Desember 2019), 69.

⁴ Muhammad Syakib Asqalani Rifai et al., "Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal Dan Bahan Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan di Era Pandemic Covid-19," *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 5, no. 4 (2022), 1563–1576.

⁵ Sulastri, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Makanan Halal (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Di Pulau Bali)," *El – Iqtishod: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2023), 2.

memahami perilaku konsumen serta untuk merancang strategi pemasaran yang efektif bagi produk halal.

Minat beli merupakan rencana seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa di masa depan. Konsep ini memberikan gambaran kepada produsen tentang kemungkinan pembelian yang akan terjadi. Berdasarkan psikologi sosial dan perilaku konsumen, minat beli dianggap sebagai penentu yang baik untuk perilaku pembelian selanjutnya.⁶ Memahami minat beli konsumen sangat penting untuk memperkirakan penjualan di masa depan dan merancang strategi pemasaran yang efektif terutama untuk produk halal, yang mana dalam transaksi jual beli di lingkungan yang mayoritas muslim, pihak usaha yang bergerak di industri makanan perlu memperhatikan kejelasan dari label halal sebuah produk.

Label halal merupakan bukti kehalalan pada sebuah produk berdasarkan syariat islam. label halal tentunya sangat di prioritaskan pada konsumen/ masyarakat muslim terutama dalam bidang makanan sehingga seringkali dijadikan prasyarat utama dalam melakukan pembelian sebuah produk.⁷ Label halal dikeluarkan berdasarkan proses sertifikasi halal oleh Badan Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Sertifikasi halal saat ini menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan daya saing di pasar internasional. Adanya

⁶ Dani Kusumastuti, “Minat Beli Produk Halal di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis,” *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 2 (2020), 27–50.

⁷ *Ibid.*, 95.

label halal juga membantu melindungi produk dalam negeri dari persaingan dengan produk asing, terutama di era perdagangan bebas.⁸

Adapun kesadaran halal mencerminkan sejauh mana seorang Muslim memahami konsep halal, mengetahui proses yang sesuai dengan syariat Islam, dan memprioritaskan makanan halal untuk dikonsumsi.⁹ Dapat dipahami bahwa kesadaran halal tumbuh dari pengetahuan dan keimanan seseorang terhadap ajaran Islam. Kesadaran ini tidak hanya memengaruhi pola konsumsi, tetapi juga mencerminkan identitas dan integritas seorang muslim dalam kehidupan sehari-hari.

Dari hasil wawancara pra survey dengan Sdr. Vina, seorang remaja di Desa Sido Mulyo, ia menyampaikan,

*“Saya tahu pentingnya halal, tapi kadang pedagang – pedagang kaki lima itu tidak ada label halal nya. Kalau harganya murah dan rasanya enak kadang saya beli juga sih walaupun agak ragu.”*¹⁰

Berdasarkan keterangan yang diberikan sdr. Vina dapat dipahami bahwa sikap ini mencerminkan adanya kesadaran halal namun belum sepenuhnya konsisten dalam minat beli makanan dan minuman halal. Ketika masyarakat semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi makanan halal, hal ini akan berdampak positif pada minat mereka untuk membeli produk halal. Semakin tinggi pemahaman seorang Muslim tentang konsep halal, semakin positif pula sikap mereka terhadap isu – isu terkait halal. Hal ini juga

⁸ Andri Nurwandri et al., *Pengantar Produk Pangan Halal Bersertifikat* (Bandung: CV. Widina Media Utama, 2023), 61.

⁹ Arcy Lucyano Vergian & Purbo Jadmiko, "Religius Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal dan Product Ingredient Dalam Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Muslim," *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 7, no.2 (2023), 120.

¹⁰ “Wawancara dengan saudara Vina pada tanggal 26 April 2025 Pukul 09.00 WIB,” n.d

berdampak bagi minat beli mereka untuk memilih produk yang sesuai dengan syariat Islam. Kualitas makanan halal menjadi faktor kunci dalam keputusan pembelian konsumen, sekaligus menjadi tantangan bagi produsen dan pemasar untuk meningkatkan kualitas produk dan nilai pelanggan.¹¹

Salah satu komponen penting dalam kehalalan suatu produk adalah bahan baku yang digunakan. Bahan baku merupakan unsur dasar dari produk makanan dan minuman, dan harus berasal dari sumber yang halal serta tidak tercampur dengan zat yang haram. Bahan baku yang tidak jelas kehalalannya dapat menyebabkan keraguan dan bahkan ketidak halalan produk secara keseluruhan.¹² Misalnya, penggunaan gelatin dari babi, alkohol, atau bahan lain yang tidak sesuai syariat Islam sangat berpengaruh terhadap status halal sebuah produk.

Dari hasil wawancara prasurvey dengan Ibu Yanti, seorang ibu rumah tangga di desa tersebut, ia mengungkapkan,

“Kadang saya bingung dengan bahan-bahan yang tertulis di kemasan, soalnya banyak istilah asing. Kalau bahannya gak jelas, saya jadi males beli, takutnya gak halal.”¹³

Berdasarkan keterangan yang diberikan Ibu Yanti, ia mengaku sering bingung dengan bahan-bahan yang tertera di kemasan karena banyak menggunakan istilah asing. Ketika bahan tersebut tidak jelas, Ibu Yanti cenderung enggan membeli karena khawatir produk tersebut tidak halal. Hal

¹¹ Gilang Pandega Mulasakti dan Fuad Mas’ud, “Faktor Penentu Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Impor Berlabel Halal,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2020), 294–303.

¹² Dewi Pratiwi dan Listya Sugiyarti, “Pengaruh Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk (Studi Kasus Pada PT. Kurnia Dwimitra Sejati Bogor),” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 2 (Maret 2022), 907.

¹³ “Wawancara dengan saudara Yanti pada tanggal 26 April 2025 Pukul 10.00 WIB,” n.d

ini menunjukkan bahwa informasi bahan baku dapat menjadi faktor yang menentukan minat beli, terutama bagi konsumen yang memiliki perhatian tinggi terhadap kehalalan bahan baku suatu produk.

Masalah bahan baku menjadi tantangan tersendiri dalam minat beli konsumen, terutama ketika konsumen kesulitan memahami istilah bahan atau tidak menemukan informasi bahan dengan jelas di kemasan. Kurangnya edukasi dan transparansi dari produsen mengenai bahan baku membuat sebagian masyarakat memilih untuk tidak membeli produk tersebut, meskipun produk itu sebenarnya halal. Hal ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan minat beli, khususnya di kalangan konsumen yang mengutamakan kejelasan asal-usul bahan makanan dan minuman yang dikonsumsi.

Adapun hasil observasi yang dilakukan kepada beberapa pelaku usaha makanan dan minuman di Desa Sido Mulyo menunjukkan bahwa terdapat sejumlah kendala yang dihadapi dari sisi penjual dalam menjual produk halal. Salah satu masalah utama yang muncul adalah rendahnya pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya label halal dalam membangun kepercayaan konsumen. Beberapa dari mereka yang belum mengurus sertifikasi halal karena dianggap tidak mendesak dan memerlukan biaya tambahan yang memberatkan. Selain itu, sebagian penjual juga menyatakan bahwa mereka sudah mengurus sertifikasi halal namun melalui KUA dikarenakan kurangnya pemahaman untuk memprosesnya sendiri.¹⁴

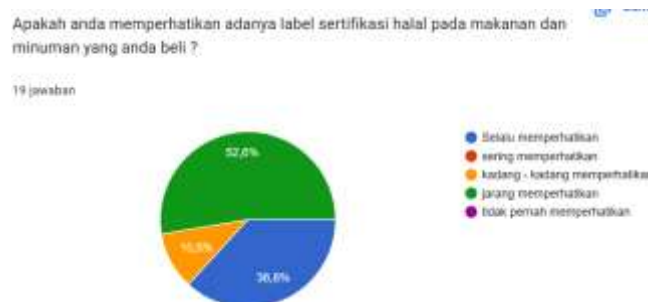
¹⁴ Hasil observasi pedagang makanan dan minuman di desa Sido Mulyo, 26 Juni 2025

Kondisi ini mengindikasikan perlunya intervensi baik dari pemerintah daerah maupun lembaga terkait dalam memberikan pendampingan dan pelatihan bagi pelaku usaha mengenai pentingnya kehalalan produk dalam membangun loyalitas konsumen muslim.

Desa Sido Mulyo merupakan desa yang berada di Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah. Dengan jumlah penduduk berjumlah 2.736 jiwa dengan terdiri dari 1.369 KK.¹⁵ Kebanyakan dari masyarakat cukup paham akan produk halal. Namun, tidak sedikit juga masyarakat kurang memahami perbedaan antara produk halal dan haram. Banyak yang masih acuh tak acuh dalam memilih makanan dan minuman yang mereka konsumsi karena sosialisasi tentang produk berlabel halal masih sangat terbatas.

Sebagaimana yang ditemukan peneliti di lapangan bahwa masih banyak masyarakat desa Sido Mulyo yang membeli produk makanan dan minuman tidak terlebih dahulu memperhatikan kehalalan makanan tersebut, sebagaimana ditunjukkan dalam diagram pra survey berikut:

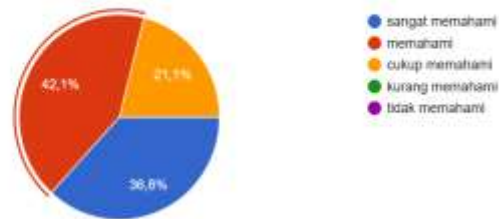
Gambar 1.1 Diagram Hasil Pra Survey



Sumber: Olah Data Peneliti 2025

¹⁵ Sistem Informasi Desa, <https://sid.kemendes.go.id/profile>, diunduh pada 31 Januari 2025

Gambar 1.2 Diagram Hasil Pra Survey
Apakah anda memahami arti dan pentingnya makanan dan minuman halal ?
19 jawaban



Sumber: Olah Data Peneliti 2025

Berdasarkan fakta di lapangan menunjukkan bahwasannya setelah dilakukan pra survey menunjukan responden yang mengisi Google Form sebelumnya paham akan arti dan pentingnya makanan dan minuman halal namun jarang memperhatikan label halal pada produk yang akan dibeli, dan pentingnya mengetahui tentang bahan – bahan yang halal dalam sebuah produk. Maka peneliti berniat untuk meneliti, lebih dalam tentang Pengaruh Sertifikasi dan Kesadaran Halal Serta Bahan Baku Terhadap Minat beli Makanan dan Minuman (Studi Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya perhatian masyarakat pada label halal makanan dan minuman yang mereka beli.
2. Banyak masyarakat paham akan halal tetapi kurang memperhatikan label halal makanan dan minuman yang mereka beli.

3. Adanya kesadaran halal masyarakat belum konsisten dalam minat beli makanan dan minuman halal.
4. Keraguan masyarakat pada bahan baku makanan dan minuman.
5. Kurangnya pemahaman pedagang terkait proses sertifikat halal

C. Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini lebih terarah, perlu dilakukan pembatasan masalah supaya pembahasan berikutnya tidak terjadi perluasan. Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitian ini adalah masyarakat muslim di Desa Sido Mulyo, dan berusia 17-65 tahun.
2. Objek penelitian ini adalah pengaruh label halal, kesadaran halal, serta bahan baku terhadap minat beli makanan dan minuman pada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur.
3. Minat beli pada makanan dan minuman kemasan.
4. Penelitian ini dilakukan di Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur, yang mana biasanya konsumen di Desa memiliki kebiasaan dan pola konsumsi yang berbeda dibanding dengan masyarakat kota. Dengan meneliti di Desa Sido Mulyo, dapat melihat apakah label halal, kesadaran halal serta bahan baku benar-benar memengaruhi minat mereka untuk membeli makanan dan minuman.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara label halal pada minat beli makanan dan minuman pada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur?
2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kesadaran halal pada minat beli makanan dan minuman pada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara bahan baku pada minat beli makanan dan minuman pada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur?
4. Apakah pengaruh label halal, kesadaran halal, dan bahan baku secara simultan mempengaruhi minat beli makanan dan minuman pada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal terhadap minat beli makanan dan minuman pada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli makanan dan minuman pada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bahan baku terhadap minat beli makanan dan minuman pada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal, kesadaran halal, dan bahan baku secara simultan pada minat beli makanan dan minuman pada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan beberapa manfaat diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran halal, perilaku konsumen, dan ekonomi syariah. Dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi tambahan bagi akademisi dalam memahami sejauh mana pengaruh label halal, kesadaran halal, dan bahan baku terhadap minat beli konsumen terhadap produk makanan dan minuman.

b. Bagi Peneliti Lebih Lanjut

Hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan mengenai pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi terhadap minat beli produk. Informasi tersebut dapat bermanfaat bagi dunia pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dan dasar yang objektif pengambilan keputusan dalam membuat atau mengembangkan strategi pemasaran produk halal.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini menjadi pertimbangan masyarakat Muslim dalam mengambil keputusan membeli suatu produk makanan dan minuman supaya lebih memperhatikan makanan tersebut halal atau tidak untuk dikonsumsi.

G. Penelitian Relevan

Tabel 1.1 Penelitian Relevan

No	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Novelty
1.	Sri Ernawati & Iwan Koerniawan (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey. Pengumpulan data dengan menyebarkan qusioner dengan skala likert kepada 100 orang responden.	Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk UMKM di Kota Bima dan kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk UMKM di Kota Bima. ¹⁷	Terdapat persamaan pada variabel minat beli (Y), variabel sertifikasi halal (X ₁) dan kesadaran halal (X ₂)	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian, objek yang diteliti, dan tidak terdapat variabel bahan baku(X ₃), perbedaan pada teknik pengambilan sampel	Peneletian ini meneliti minat beli konsumen pada produk UMKM di perkotaan. Dan penelitian ini memberikan saran praktis untuk UMKM agar lebih memperhatikan sertifikasi halal sebagai strategi pemasaran, bukan hanya mengandalkan kesadaran halal.

¹⁷ Sri Ernawati dan Iwan Koerniawan, "Pengaruh Label Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM di Kota Bima," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 16, no. 1 (Juli 2023).

No	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Novelty
2.	Savitri Hendradewi, Amalia Mustika, Anis Darsiah (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta	Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda. Populasi adalah seluruh remaja sekolah yang ada di Jakarta, sedangkan sampel berjumlah 100 orang. Penarikan sampel secara cluster sampling.	Hasil penelitian menunjukkan kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. ¹⁸	Terdapat persamaan pada variabel minat beli (Y), dan kesadaran halal (X ₂)	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian, objek yang diteliti, dan tidak terdapat variabel bahan baku (X ₃), dan sertifikasi halal (X ₁), serta berbeda pada teknik pengambilan sampel.	Penelitian ini mengkaji fenomena baru, yaitu konsumsi produk mie instan korea yang makin populer di kalangan remaja muslim di Jakarta, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya.
3.	Syahrional, Muhammad Iqbal, Safarul Afa (2022). Efektifitas Label Halal, Kesadaran	Menggunakan sampel 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan	ketiga variabel <i>independen</i> secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli wisatawan di	Terdapat persamaan pada variabel minat beli (Y), Kesadaran halal (X ₂), dan bahan baku (X ₃)	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian, objek yang diteliti, lalu berbeda pada	Penelitian ini mengkaji perilaku wisatawan, bukan hanya masyarakat lokal, dalam penelitian ini justru ditemukan variable kesadaran halal dan label halal berpengaruh negative terhadap minat beli.

¹⁸ Savitri Hendradewi, Amalia Mustika, dan Anis Darsiah, "Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta," *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26, no. 2 (Juli 2021).

No	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Novelty
	Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh	metode non probability sampling. Analisis yang digunakan yaitu uji regresi linear berganda.	Kota Banda Aceh. ¹⁹		teknik pengambilan sampel, penulis menggunakan teknik <i>accidental sampling</i>	
4.	Adinda Choirul Ummah, Moh. Bahrudin, Syamsul Hilal (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan	Metode penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan data primer berupa wawancara menggunakan skala likert.	Sertifikasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli Kemudian kesadaran halal berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. ²⁰	Persamaan pada variabel minat beli (Y), sertifikasi halal (X_1) dan kesadaran halal (X_2), lalu menggunakan metode yang sama yaitu kuantitatif asosiatif.	Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian, objek yang diteliti, dan tidak terdapat variabel bahan baku (X_3), serta berbeda pada teknik pengambilan sampel.	Penelitian ini menegaskan bahwa pelaku bisnis harus mengutamakan sertifikasi resmi sebagai strategi utama, bukan hanya mengandalkan nilai kesadaran konsumen.
5.	Ahmad Hamdani,	Menggunakan metode	Kesadaran halal dan sertifikat	Terdapat persamaan pada	Terdapat perbedaan	Penelitian ini memberikan kontribusi praktis yang kuat

¹⁹ Syahrial, Muhammad iqbal, dan Safarul Aufa, "Efektifitas Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh" *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol 8, No 1. (2022).

²⁰ Adinda Choirul Ummah, Moh Bahrudin, and Syamsul Hilal, "Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan," *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 4 (2023): 1113–1119..

No	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Novelty
	Nurma Sari, Khairil Umuri (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk (KFC)	kuantitatif, Sampel diambil melalui teknik non probability sampling. Penelitian ini juga menggunakan metode purposive sampling.	halal secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen KFC di Banda Aceh. ²¹	variabel minat beli (Y), sertifikasi halal (X_1), kesadaran halal (X_2).	pada lokasi penelitian, objek yang diteliti, dan tidak terdapat variabel bahan baku (X_3), serta berbeda pada teknik pengambilan sampel.	bagi industry makanan cepat saji, terutama bagi merek seperti KFC, untuk lebih memperhatikan pentingnya sertifikasi halal, dan kesadaran halal dalam strategi pemasaran mereka di pasar muslim.

²¹ Ahmad Hamdani, Nurma Sari, dan Khairil Umuri, "Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)," *Al-Buhuts* 17, no. 2 (Desember 2021).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat Beli

1. Definisi Minat Beli

Minat adalah keadaan dimana seseorang bersedia melakukan perilaku dan dianggap sebagai perilaku langsung. Minat beli adalah dorongan yang membuat seseorang tertarik pada suatu produk dan memiliki kemungkinan untuk membelinya.¹ Minat beli muncul ketika seseorang telah mendapatkan informasi yang cukup tentang suatu produk dan memiliki kecenderungan untuk mengambil tindakan sebelum keputusan pembelian benar-benar dilakukan. Minat beli merujuk pada kemungkinan individu untuk mendapatkan produk tertentu dan juga merupakan aspek penting dalam menilai perilaku konsumen.²

2. Theory Planned Behavior

Berdasarkan Theory Planned Behavior Ajzen, TPB berkaitan dengan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. TPB merupakan pengembangan dari Theory Reasoned Action (TRA) yang digunakan dalam perilaku konsumen. Dalam TRA, menerangkan bahwa perilaku hanya dipengaruhi oleh niat, sikap, dan norma-norma subjektif.³

Theory of planned behavior (TPB) berfokus pada kecenderungan

¹ Luhglatno dkk., *Perilaku Konsumen*, 1 (Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara, 2024), 124.

² Aditya Wardhana, *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0*, 1 (Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara, 2024), 86.

³ Icek Ajzen, The Theory of Planned Behavior, In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Desember 1991, <https://www.researchgate.net/publication/272790646>.

seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, melalui kecenderungan atau intention, perusahaan atau vendor dapat melihat faktor-faktor motivasi yang mendasari seseorang untuk melakukan sesuatu. Intention merupakan indikasi seberapa kuat orang mau berusaha untuk mencoba dan berapa besar usaha yang dikeluarkan individu untuk melakukan suatu perilaku dan salah satu bentuk perilaku tersebut adalah word of mouth.⁴

Tujuan dari Theory of planned behavior menurut Ajzen ada tiga, yaitu:⁵

- a. untuk memprediksi dan memahami pengaruh motivasi pada perilaku,
- b. untuk mengidentifikasi strategi dalam mengubah perilaku,
- c. serta untuk menjelaskan hampir semua perilaku manusia, seperti mengapa seseorang melakukan word of mouth.

Teori tersebut mampu untuk memprediksi perilaku manusia dengan asumsi bahwa manusia berpikir secara rasional dan sistematis dalam memanfaatkan informasi yang tersedia bagi mereka dan seseorang akan mempertimbangkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk terlibat atau tidak terlibat dalam perilaku tertentu.

3. Indikator Minat beli

Indikator-indikator dari minat beli menurut Ferdinand dalam jurnal Purbohastuti yaitu sebagai berikut:⁶

⁴ Nuri Purwanto, Budiyo, dan Suhermin, *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace*, 1 (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), 4.

⁵ Ajzen, *The Theory of Planned Behavior*, In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.

- a. Minat *transaksional*, adalah kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk.
- b. Minat *refrensial*, adalah kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.
- c. Minat *preferensial*, adalah minat yang menunjukkan pilihan utama seseorang terhadap suatu produk. Preferensi ini hanya akan berubah jika ada masalah dengan produk tersebut.
- d. Minat *eksploratif*, adalah minat yang mendorong seseorang untuk terus mencari informasi tentang produk yang diinginkan dan mencari informasi mengenai kelebihan produk tersebut.

4. Jenis – Jenis Minat Beli Konsumen

Jenis minat beli diuraikan ke dalam tiga kategori yaitu:

- a. Pembelian Yang Tidak Direncanakan (*Unintended Purchase*).

Pembelian yang dilakukan secara tidak disengaja atau tidak direncanakan disebut sebagai pembelian *impulsif* yang melibatkan keputusan instan, yaitu keputusan yang diambil tanpa sengaja di dalam toko untuk membeli produk atau merek tertentu. Contoh dari pembelian *impulsif* adalah ketika seseorang yang sedang berbelanja di toko bahan makanan secara tiba-tiba memutuskan untuk membeli coklat atau permen di kasir, padahal sebelumnya tidak memiliki niat atau rencana untuk membeli produk tersebut. Keputusan ini sering kali dipicu oleh

⁶ Arum Wahyuni Purbohastuti & Asmi Ayuning Hidayah, "Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorses," *Jurnal Bisnis Terapan* 04, no. 1 (Juni 2020), 39.

tampilan produk yang menarik atau diskon yang ditawarkan di tempat pembayaran.

b. Pembelian Yang Dimaksudkan Sebagian (*Partial Intended Purchase*).

Saat konsumen melakukan pembelian yang direncanakan sebagian, mereka akan menentukan kategori produk dan fitur dasarnya sebelum berbelanja. Keputusan tentang merek atau jenis produk yang lebih spesifik akan dilakukan ketika mereka berada di toko. Contohnya yaitu, ketika seorang konsumen merencanakan untuk membeli pakaian seperti kemeja atau celana, tetapi mereka memilih merek, model, dan warnanya ketika sudah berada di toko. Dengan demikian, konsumen telah melakukan perencanaan sebagian sebelum berbelanja, tetapi masih mempertimbangkan pilihan yang lebih spesifik ketika berada di toko.

c. Pembelian yang Dimaksudkan Sepenuhnya (*Purchases Fully Intended*).

Pembelian terencana sepenuhnya menunjukkan bahwa konsumen sudah memutuskan produk dan merek yang akan dibeli sebelum datang ke toko. Misalnya, seorang konsumen yang ingin membeli komputer sudah melakukan riset sebelum datang ke toko. Sebelum ke toko, konsumen sudah memutuskan merek, spesifikasi teknis, dan fitur yang diinginkan berdasarkan informasi yang diperoleh dari ulasan online, perbandingan harga, dan rekomendasi teman. Jadi, saat masuk ke toko, konsumen sudah tahu persis produk apa yang akan dibeli.⁷

⁷ Aditya Wardhana, *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0.*, 206.

4. Faktor Yang Membentuk Minat Beli Konsumen

Menurut Kotler, yang dikutip dalam jurnal Saidah Putri Sari, faktor yang membentuk minat beli konsumen yaitu:⁸

a. Sikap Orang Lain

Pengaruh sikap orang lain terhadap pilihan konsumen tergantung pada seberapa kuat sikap negatif mereka dan sejauh mana konsumen terpengaruh untuk mengikuti keinginan orang lain. Variabel label halal dan kesadaran halal termasuk ke dalam kategori ini, karena keduanya sangat dipengaruhi oleh pandangan sosial, nilai keagamaan, dan lingkungan sekitar. Konsumen yang berada dalam lingkungan religius cenderung akan lebih mempertimbangkan kehalalan suatu produk karena adanya dorongan dari orang-orang di sekitarnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.

b. Faktor situasi yang tidak terantisipasi

Situasi tertentu dapat mengubah keputusan pembelian konsumen, tergantung pada keyakinan dan kepercayaan diri mereka dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Dalam penelitian ini, variabel bahan baku termasuk ke dalam faktor situasi yang tidak terantisipasi, karena informasi mengenai kandungan bahan dalam produk sering kali baru diketahui pada saat konsumen membaca label kemasan atau mendengar ulasan tertentu. Apabila bahan tersebut dirasa tidak sesuai dengan prinsip kehalalan, maka konsumen dapat tiba-tiba

⁸ Saidah Putri Sari, "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen" *Psikoborneo* 8, No 1, 2020. 151.

mengurungkan niatnya untuk membeli produk tersebut, meskipun sebelumnya berminat.

B. Definisi Label Halal

1. Konsep Halal

Halal secara etimologis, berasal dari bahasa arab *halla* yang mempunyai makna diperbolehkan. Halal adalah segala sesuatu meliputi makanan dan minuman yang berdasarkan ketentuan agama islam diperbolehkan untuk dikonsumsi.⁹ Jadi halal merupakan sesuatu yang diperbolehkan dan tidak mengakibatkan hukuman jika menerapkannya.

Kriteria halal terbagi menjadi dua, yaitu halal berdasarkan proses dan halal berdasarkan substansi. Halal berdasarkan proses yaitu, makanan yang berasal dari tumbuhan dan ikan, ketika diolah, disimpan, dibawa, serta alat yang digunakan tidak terkontaminasi dengan daging babi atau bahan yang haram lainnya. Sementara itu, halal berdasarkan substansi berarti bahwa bahan pangan yang berasal dari hewan harus disembelih dengan menyebut nama Allah Swt. Halal berdasarkan substansi yaitu:

1. Tidak mengandung daging babi, atau binatang yang dilarang oleh ajaran Islam untuk memakannya.
2. Segala jenis minuman yang tidak mengandung alkohol.¹⁰

Kedudukan halal memiliki syarat yang jelas. Agar sesuatu dianggap halal, dua syarat harus terpenuhi. Pertama, benda atau makanan

⁹ Nurcahya, *SADAR HALAL: Manajemen Implementasi Undang - Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal* (Yogyakarta: CV. Istana Agency, 2024), 45.

¹⁰ Nurlaela, H. A. Muh. Arfah Pettenreng, dan Abd. Haris Hamid, *Produk Halal Perspektif Perlindungan Konsumen* (Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida, 2021), 33.

tersebut harus baik dan tidak dilarang oleh syariat. Kedua, benda atau makanan tersebut harus diperoleh dengan cara yang benar. Jika hanya satu syarat yang terpenuhi, maka sesuatu tersebut belum bisa dikatakan halal.¹¹

2. Pengertian Label Halal

Label halal merupakan bukti kehalalan sebuah produk berdasarkan syariat islam. label halal tentunya sangat di prioritaskan pada konsumen/ masyarakat muslim terutama dalam bidang makanan sehingga seringkali dijadikan prasyarat utama dalam melakukan pembelian sebuah produk.¹²

label halal sebagaimana yang diatur dalam Dalam Undang-undang Republik Indonesia Tahun No.33 Tahun 2014, Label Halal adalah tanda kehalalan suatu Produk adalah suatu hal yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha baik pelaku usaha besar, maupun usaha kecil seperti Usaha Kecil Menengah (UKM), maupun Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), sebab setelah produk tersebut didaftarkan untuk mendapatkan label halal, maka berdasarkan ketentuan umum undang-undang jaminan produk halal, pelaku usaha akan mendapatkan sertifikat yang dikeluarkan oleh BPJPH atas ketentuan fatwa yang dikeluarkan oleh MUI.¹³

Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang label halal dan iklan menyebutkan label berkaitan dengan marketing yang dipasarkan kemudian tanpa keraguan yang harus diambil

¹¹ Muhammad Fahmul Iltiham dan Muhammad Nizar, *Label Halal Bawa Kebajikan*, 1 (Yogyakarta: Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, 2019), 14.

¹² *Ibid.*, 95.

¹³ Koeswinarno et al., *Sertifikasi Halal Yes Or NO* (Jakarta: Litbangdiklat Press, 2020), 80.

keputusan, hal ini ialah setiap keterangan mengenai produk yang berbentuk gambar, tulisan, penggabungan dari keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam dan ditempelkan.¹⁴

Bagi umat muslim yang taat pilihan, produk makanan yang mereka pilih adalah makanan halal yang bersertifikat atau berlabel halal. Tidak adanya label akan membuat konsumen muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengonsumsi atau tidak produk-produk yang tidak berlabel halal. Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di Indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Tanda halal adalah keterangan halal dalam bentuk gambar, tulisan, atau kombinasi keduanya yang merupakan bagian dari produk yang mengindikasikan bahwa produk tersebut telah menjalani proses pemeriksaan kehalalannya dan telah dinyatakan halal melalui sertifikat halal.¹⁵

3. Landasan Hukum Sertifikat Halal.

Landasan hukum sertifikat halal di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Undang-Undang ini mengamanatkan pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang memiliki wewenang sebagai berikut:

¹⁴ Agus Alimuddin, Linda Aisyah & Risa Alvia, "Persepsi Santriwati Dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal," *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 10, no. 1 (Maret 2022), 91.

¹⁵ Marissa Grace Haque-Fawzi, *Perjalanan Industri & Jaminan Produk Halal Indonesia*, 1 (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 84.

- a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH.
- b. Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH.
- c. Menerbitkan dan mencabut Sertifikat Halal dan Label Halal pada Produk.
- d. Melakukan registrasi Sertifikat Halal pada produk luar negeri.
- e. Melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi Produk Halal.
- f. Melakukan akreditasi terhadap LPH.
- g. Melakukan registrasi Auditor Halal.
- h. Melakukan pengawasan terhadap JPH.
- i. Melakukan pembinaan Auditor Halal.
- j. Melakukan kerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH.¹⁶

BPJPH juga menetapkan logo atau label halal yang berlaku di seluruh Indonesia dan berwenang dalam penerbitan maupun pencabutan logo halal.¹⁷

Adapun landasan sertifikat halal dalam Al-Qur'an, diantaranya:

- a. Al – Baqarah ayat 168

Dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 168, dijelaskan bahwa prinsip dari label halal adalah halal (diperbolehkan) lalu *thoyiban* (bermanfaat). Ayat ini menegaskan bahwa segala sesuatu yang dikonsumsi oleh umat Islam harus sesuai dengan hukum Islam dan memberikan manfaat bagi kesehatan serta kesejahteraan diri mereka.

¹⁶ Pasal 6 Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5604).

¹⁷ Hayyun Durrotul Faridah, "Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi," *Jurnal Of Halal Product and Research* 2, no. 2 (Desember 2019), 69.

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

Artinya: “Wahai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, & janganlah kamu mengikuti langkah – langkah setan, sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu”.¹⁸

b. Al – Maidah ayat 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rizekikan kepadamu, dan bertidakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada – Nya”.¹⁹

Ayat tersebut mengajarkan umat islam untuk hanya mengkonsumsi rezeki yang halal dan baik, dan senantiasa bertakwa kepada Allah sebagai bentuk keimanan. Karena keimanan kepada Allah harus tercermin dalam perilaku sehari-hari, termasuk ketika memilih makanan dan minuman yang halal.

4. Manfaat Label Halal

Beberapa manfaat adanya sertifikat halal / label halal bagi konsumen yaitu:

a. Perlindungan konsumen Muslim.

Melindungi konsumen Muslim untuk tidak mengonsumsi produk pangan, obat-obatan, dan kosmetika yang tidak halal.

b. Ketenangan batin.

Memberikan ketenangan batin bagi konsumen karena yakin bahwa produk yang dikonsumsi adalah halal.

¹⁸ QS. Al- Baqarah : 168

¹⁹ QS AL- Maidah : 88

- c. Menjaga kesehatan jiwa dan raga.

Mencegah dampak negatif akibat mengonsumsi produk yang haram.

- d. Kepastian dan perlindungan hukum.

Memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi konsumen.²⁰

5. Mekanisme Sertifikat Halal

Berikut adalah alur cara mengurus sertifikat halal regular:²¹

- a. Pelaku usaha mengajukan layanan permohonan sertifikat halal secara online melalui aplikasi SIHALAL
- b. Verifikator memeriksa kelengkapan dokumen permohonan.
- c. Perhitungan biaya pemeriksaan kehalalan produk dilaksanakan dalam jangka waktu paling lama 2 (dua) hari kerja sejak disampaikan oleh LPH.
- d. Perhitungan biaya pemeriksaan kehalalan produk berdasarkan *unit cost* dikali *mandays* yang telah ditetapkan BPJPH dengan ketentuan sebagai berikut:
 - 1) Biaya pemeriksaan kehalalan produk tidak termasuk biaya pengujian kehalalan produk melalui laboratorium yang telah terakreditasi dan biaya akomodasi dan transportasi.
 - 2) Biaya akomodasi dan transportasi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

²⁰ Koeswinarno et al., 83.

²¹ Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 61 Tahun 2022. Tentang Standar Operasional Prosedur Layanan Permohonan Sertifikat Halal Pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.

- 3) Biaya sebagaimana dimaksud pada sub 1) dan sub 2) dibayarkan langsung oleh pelaku usaha ke rekening LPH.
- f. Bagian keuangan menerbitkan tagihan pembayaran kepada pelaku usaha.
- g. Pelaku usaha melakukan pembayaran tagihan dan mengunggah bukti bayar dalam jangka waktu paling lama 10 hari kerja sejak tagihan disampaikan kepada pelaku usaha.
- h. Bagian keuangan melakukan verifikasi pembayaran tagihan.
- i. LPH melakukan pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk.
- j. LPH menyerahkan laporan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk ke MUI dengan tembusan kepada BPJPH melalui aplikasi SIHALAL.
- k. Validator melakukan pemeriksaan laporan hasil pemeriksaan atau pengujian kehalalan produk. Apabila sesuai, maka validator menyampaikan ke bagian keuangan untuk melakukan pembayaran biaya LPH.
- l. MUI melakukan sidang fatwa halal dan menyerahkan penetapan kehalalan produk ke BPJPH melalui aplikasi SIHALAL.
- m. Validator melakukan pemeriksaan penetapan kehalalan produk. Apabila sesuai, maka validator menyampaikan ke bagian keuangan untuk melakukan pembayaran biaya sidang fatwa halal Majelis Ulama Indonesia dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal menerbitkan sertifikat halal.
- n. Pelaku usaha mengunduh sertifikat halal pada aplikasi SIHALAL.

Indikator ini menunjukkan tingkat kehati – hatian dan kewaspadaan konsumen dalam menyeleksi produk sebelum membeli serta memverifikasi keaslian logo halal yang tertera pada produk.

c. Kepercayaan dan jaminan keamanan produk.

Mencerminkan sejauh mana konsumen percaya bahwa produk berlabel halal juga aman dan berkualitas.

C. Kesadaran Halal

1. Definisi Kesadaran Halal

Kesadaran Halal merupakan pemahaman umat Islam tentang konsep halal. Pemahaman ini meliputi pemahaman produk apa yang boleh dikonsumsi dan bagaimana proses produksinya. Kesadaran ini penting karena mengonsumsi makanan halal sesuai standar Islam menjadi syarat utama bagi konsumen dan produsen Muslim.²³

Kesadaran halal adalah suatu pemahaman umat muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang pada akhirnya memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi.²⁴ Pemahaman mengenai proses penyembelihan, pengemasan, dan kebersihan makanan yang diatur oleh kaidah Islam menunjukkan pemahaman seseorang terkait kesadaran halal. Kekhawatiran utama konsumen terletak pada aspek konsumsi makanan, terutama untuk menghindari produk yang diragukan kehalalannya. Dengan pemahaman ini, konsumen Muslim dapat membuat

²³ Koeswinarno et al., *Sertifikasi Halal Yes Or NO.*, 68.

²⁴ Fauziah et al., *SURVEI SADAR HALAL Generasi Muslim Milenial (Jakarta: Litbangdiklat Press, 2021)*, 35.

keputusan untuk membeli produk yang sesuai dengan pilihan dan syariat Islam.²⁵

2. Jenis – Jenis Kesadaran Halal

Kesadaran halal dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

a. Kesadaran Halal Interinsik

Kesadaran halal interinsik yaitu kesadaran yang menekankan aspek halal konsumsi keseharian yang muncul dalam diri individu seperti keyakinan diri, pengetahuan dan preferensi pada pangan halal.²⁶ Mereka memiliki keyakinan yang kuat bahwa makanan halal memiliki kebaikan dan berkah untuk dikonsumsi dalam Islam.²⁷ Individu dengan kesadaran interinsik yang tinggi akan rela meluangkan waktunya untuk memahami konsep halal menurut Islam dan tidak hanya cukup melihat apa yang tampak secara visual.²⁸

Adapun kesadaran halal yang bersifat interinstik dipengaruhi oleh beberapa hal sebagai berikut:²⁹

1) Keyakinan Agama

Keyakinan agama dalam kesadaran halal yang bersifat interinstik merujuk pada kesadaran individu yang muncul dari dalam dirinya

²⁵ Cupian, Kintan Meilasari, dan Sarah Annisa Noven, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Masyarakat Muslim di Kota Banjar," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2023), 136.

²⁶ Siti Zulaikha et al., "Urgensi Pemahaman dan Kesadaran Produk Halal Pelaku Usaha di Kota Metro," *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 12, no. 1 (2024), 96.

²⁷ Nurul Fadillah et al., "Pengaruh Kesadaran Halal, Kualitas Pelayanan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Padsan Martabak Buffet Ahmad Salim Medan," *Jurnal Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2022), 227.

²⁸ Siti Zulaikha et al., "Urgensi Pemahaman dan Kesadaran Produk Halal Pelaku Usaha di Kota Metro," 96.

²⁹ Fauziah et al., *SURVEI SADAR HALAL*, 40.

sendiri. Agama memiliki dampak kuat pada apa yang dikonsumsi seseorang terutama perilaku konsumsi muslim.

2) Pengetahuan / Literasi Halal

Semua dapat dikategorikan sebagai sesuatu yang halal atau sesuatu yang haram, sedangkan sisanya menjadi sesuatu yang meragukan. Dengan demikian untuk menghapus keraguan diperlukan pengetahuan atau literasi terkait halal.

3) Prefensi Makanan dan Minuman Halal

Dalam hal ini prefensi atau keyakinan individu terhadap tingkat keyakinan mereka dalam memahami hukum halal dan haram dan membedakan antara mana produk halal dan yang mana haram.

b. Kesadaran Halal Ekstrinsik

Kesadaran halal ekstrinsik yaitu kesadaran pada pemilihan produk halal yang dipengaruhi oleh kecenderungan apa yang dilihat di luar.³⁰ Orang yang memiliki kesadaran halal ekstrinsik cenderung melihat sesuatu dari apa yang dilihat. Dalam mengkonsumsi makanan, mereka cenderung memperhatikan keterangan yang menunjukkan bahwa makanan tersebut halal, misal melalui label halal, komposisi dan lainnya. Dengan melihat adanya logo halal, mereka yakin bahwa apa yang dikonsumsi sudah benar, dan apa yang dilakukannya ini karena ingin menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.³¹

³⁰ Siti Zulaikha et al., "Urgensi Pemahaman dan Kesadaran Produk Halal Pelaku Usaha di Kota Metro," 96.

³¹ Fauziah et al., *SURVEI SADAR HALAL*, 43.

3. Indikator Kesadaran Halal

Pengukuran variabel kesadaran halal (*halal awareness*) mengacu pada instrumen penelitian yang dilakukan oleh Yunus, et al, yaitu:³²

a. Pengetahuan dan Pemahaman.

Indikator ini menggambarkan sejauh mana konsumen memahami ketentuan syariat islam mengenai makanan dan minuman halal.

b. Kesadaran Halal

Menunjukkan kepedulian konsumen terhadap sumber atau asal – usul bahan makanan dan minuman yang akan dikonsumsi.

c. Keamanan dan Kebersihan Produk

Menunjukkan sejauh mana konsumen menjadikan keamanan dan kebersihan sebagai prioritas utama dalam membeli makanan dan minuman.

D. Bahan Baku

1. Definisi Bahan Baku

Menurut Richardus dalam Jurnal Pratiwi & Sugiyarti bahan baku adalah bahan mentah yang belum diolah dan akan diolah menjadi barang jadi.³³ Keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada upaya mencari dan memilih bahan baku yang tepat untuk proses produksi. Bahan baku yang berkualitas baik dan bebas dari cacat akan menghasilkan produk akhir yang

³² Nor Sara Nadia Muhamad Yunus., et al. 2014. “Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer”. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014) 145 – 154.

³³ Dewi Pratiwi dan Listya Sugiyarti, "Pengaruh Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk (Studi Kasus Pada PT. Kurnia Dwimitra Sejati Bogor)," Maret 2022, 907.

berkualitas tinggi.³⁴ Jadi, bahan baku merupakan komponen utama dalam proses produksi makanan dan minuman. Dalam konteks halal, bahan baku harus memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan oleh lembaga resmi, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

2. Ketentuan Bahan dan Proses Produk Halal

Bahan baku yang dihindari digunakan dalam makanan dan minuman halal yaitu:

- a. Berasal dari babi dan turunannya
- b. Mengandung darah
- c. Bangkai
- d. Khamr atau minuman beralkohol
- e. Bahan yang tidak lazim digunakan di industry, seperti bahan dari hewan bertaring dan berkuku tajam (kucing, anjing, tikus, buaya, dan lainnya)
- f. Hewan yang dilindungi sesuai ketentuan peraturan perundang – undangan.³⁵

Pada undang – undang No. 33 Tahun 2014 pasal 19, dijelaskan terkait hewan yang digunakan sebagai bahan produk yakni:

1. Hewan yang digunakan sebagai bahan produk wajib disembelih dengan syariat dan memenuhi kaidah kesejahteraan hewan serta kesehatan masyarakat.

³⁴ Endri Sentosa dan Emalia Trianti, “Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Proses Produksi dan Kualitas Tenaga Kerja Terhadap Kualitas Produk pada PT Delta Surya Energy di Bekasi,” *Jurnal Ilmu Manajemen* 13, no. 2 (Juli 2017), 63.

³⁵ Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 20 tahun 2023

2. Tuntunan penyembelihan sebagaimana yang dimaksud adalah penyembelihan yang dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan.³⁶

Pada pasal selanjutnya yakni pasal 20, dijelaskan terkait bahan yang berasal dari tumbuhan yakni:

- a. Bahan yang berasal dari tumbuhan sebagaimana yang dimaksud pada dasarnya halal, kecuali yang memabukan dan membahayakan kesehatan bagi orang yang mengkonsumsinya.
- b. Bahan yang berasal dari mikroba dan bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi atau proses rekayasa genetik.³⁷

Menurut Yunus et al., dalam jurnal Syahrial et al., menyatakan bahwa pengetahuan, informasi, dan nilai-nilai Islam memiliki peran yang penting bagi umat Muslim dalam memilih makanan dan minuman yang akan dikonsumsi. Dalam perspektif Islam, bahan produk melibatkan beberapa aspek yang perlu diperhatikan, seperti kejelasan bahan baku, kualitas, dan keamanan produk.³⁸ Oleh karena itu, pengetahuan tentang bahan baku produk menjadi faktor yang bagi konsumen dalam ketika memilih produk.

3. Indikator Bahan Baku

Menurut Yunus et al., Bahan baku Produk memiliki indikator, yaitu:³⁹

- a. Informasi Tentang Bahan – Bahan Produk.

³⁶ Nurcahaya, *SADAR HALAL*, 135.

³⁷ *Ibid.*, 136.

³⁸ Syahrial, Muhammad iqbal, dan Safarul Aufa, "Efektifitas Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh" *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 8, No 1. (2022), 51.

³⁹ Yunus., et al. "Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer", 145 – 154.

Sejauh mana konsumen mengetahui dan memahami komposisi atau kandungan suatu produk, terutama dalam kaitannya dengan aspek keamanan, kesehatan, kehalalan dan kualitas produk tersebut.

- b. Bahan yang tidak familiar menimbulkan kecurigaan dalam hal kehalalan.

Persepsi konsumen terhadap status kehalalan suatu produk ketika terdapat bahan – bahan yang tidak dikenal atau tidak familiar dalam komposisi produk tersebut.

- c. Komposisi bahan mencerminkan tingkat keamanan dan kualitas produk.

Penilaian konsumen terhadap keterbukaan dan kualitas suatu produk melalui daftar komposisi bahan.

- d. Terminologi Kompleks Menyulitkan Pemahaman Konsumen.

Penggunaan istilah ilmiah atau asing dalam komposisi bahan membuat konsumen kesulitan memahami kandungan produk.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah gabungan konsep yang menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian. Konsep ini disusun berdasarkan teori-teori yang sudah dijelaskan, kemudian dianalisis secara kritis dan terstruktur untuk menghasilkan kesimpulan tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel yang diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen.⁴⁰ Penelitian ini melibatkan empat variabel, terdiri dari tiga variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019), 95.

(dependen). Variabel independen dalam penelitian ini adalah label halal, kesadaran halal, dan bahan baku, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli.

1. Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli

Label halal merupakan etika bisnis yang seharusnya dijalankan produsen sebagai jaminan halal bagi konsumen.⁴¹ Sertifikat halal Indonesia diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah lembaga pemerintahan yang berada di bawah kementerian Agama Republik Indonesia. Sertifikat halal berlaku selama 4 tahun sejak tanggal penetapan fatwa.⁴² Sertifikat halal akan memberikan kesan positif kepada konsumen berupa kepercayaan produk tersebut. Oleh karena itu, sertifikat halal menjadi pertimbangan yang penting untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produk makanan dan minuman.

2. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli

Kesadaran halal mengacu pada tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kepedulian konsumen terhadap prinsip dan aturan halal dalam produk dan jasa yang dikonsumsi sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah.⁴³

Ketika konsumen menyadari bahwa mengonsumsi makanan halal penting bagi dirinya, hal ini akan meningkatkan minat mereka terhadap

⁴¹ Hayyun Durrotul Faridah, "Sertifikasi Halal di Indonesia" 69.

⁴² Wahyudin Darmalaksa & Teti Ratnasih, *Respon Pelaku Usaha Dalam Penerimaan Kebijakan Sertifikasi Halal*, (Bandung: Sentra Publikasi Indonesia, Januari 2023), 15

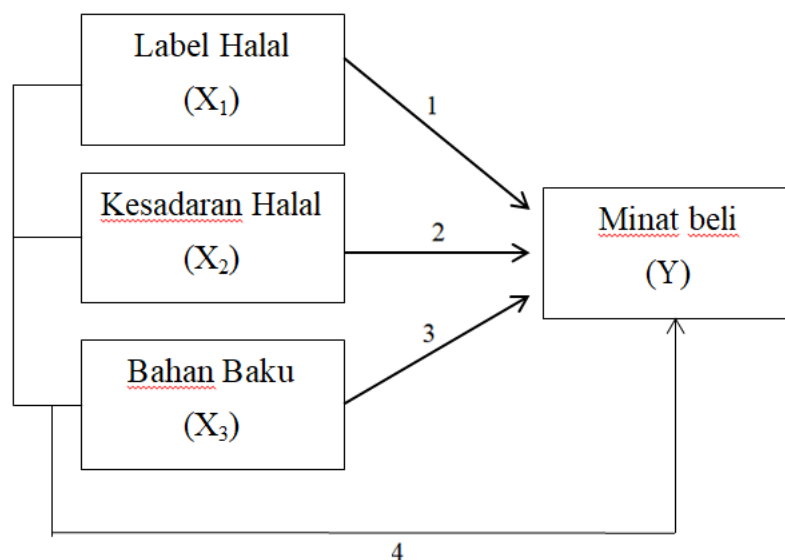
⁴³ Diyan Arie Setiawan, Fatchur Rohman & Taufiq Ismail, "Exploring the role of halal awareness in the link between religiosity, Halal logos, and consumer choices," *Research In Business & Social Science* 13, no. 9 (2024), 26.

produk makanan halal. Semakin tinggi kesadaran masyarakat Muslim tentang pentingnya halal, semakin positif juga sikap dan perilaku seorang Muslim tentang isu-isu halal tersebut.

3. Pengaruh Bahan Baku Terhadap Minat Beli

Kualitas bahan baku yang baik akan menghasilkan produk akhir yang berkualitas. Untuk menjaga kualitas bahan baku, dapat dilakukan dengan cara memilih sumber bahan secara penempatan, memeriksa barang saat diterima, dan merawat penyimpanan di gudang. Bahan baku makanan dan minuman yang berkualitas tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga membentuk kesan positif terhadap produk. Oleh karena itu, penggunaan bahan baku yang baik menjadi faktor penting untuk menarik minat konsumen membeli produk makanan halal

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir



Keterangan =

1. Pengaruh (X₁) terhadap Y

2. Pengaruh (X_2) terhadap Y
3. Pengaruh (X_3) terhadap Y
4. Pengaruh (X_1, X_2, X_3) Terhadap Y secara simultan

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.⁴⁴ Tujuan dari hipotesis penelitian adalah untuk melihat apakah hasil hipotesis ditolak atau diterima yang mana untuk menentukan hasil hipotesis ini membutuhkan fakta atau data empiris yang kemudian di analisis statistik untuk menguji kebenarannya.⁴⁵

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, bisa dipahami bahwa hipotesis penelitian merupakan hasil sementara yang masih harus diuji kebenarannya. Jika hasil tidak sesuai dengan data maka hasil ditolak, sebaliknya jika hasil sesuai maka hasil diterima.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sri Ernawati dan Iwan Koerniawan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli⁴⁶. Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Aam Mariam dan Nopianti Nila yang menyatakan bahwa label halal pada kemasan suatu produk sangat berpengaruh terhadap minat beli hal ini dikarenakan

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 99.

⁴⁵ *Ibid.*, 99

⁴⁶ Sri Ernawati & Iwan Koerniawan, “ Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Pada Minat Pembelian Produk UMKM di Kota Bima,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 1 (2023), 227–215.

siswa/siswi perhotelan Smk Negeri 1 Ciamis kebanyakan beragama islam, jadi lebih mementingkan kehalalan.⁴⁷

Dari argumen di atas ditarik hipotesis sebagai berikut:

Ha₁ : Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli makanan dan minuman.

Ho₁ : Tidak dapat pengaruh antara Label halal terhadap minat membeli makanan dan minuman.

2. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Izzuddin menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli makanan halal, semakin besar kesadaran halal maka semakin tinggi minat beli makanan halal.⁴⁸ Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Adinda Choirul Ummah et al., yang menyatakan bahwa kesadaran halal seorang Muslim berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk. Artinya, semakin tinggi kesadaran halal seseorang, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk memilih dan membeli produk yang diyakini kehalalannya.⁴⁹

Dari argumen di atas ditarik hipotesis sebagai berikut:

⁴⁷ Aam Mariam dan Nopianti Nila, "Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa/Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis)," *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022), 2723–2328.

⁴⁸ Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember," *Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 2018.

⁴⁹ Adinda Choirul Ummah, Moh Bahrudin, and Syamsul Hilal, "Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan," *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 4 (2023), 1113–1119.

Ha₂ : Kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli makanan dan minuman.

Ho₂ : Tidak dapat pengaruh antara kesadaran halal terhadap minat membeli makanan dan minuman.

3. Pengaruh Bahan Baku Terhadap Minat Beli.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Syahrial et al., yang mana menunjukkan bahwa bahan makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dalam penelitian tersebut informasi tentang bahan baku merupakan hal yang penting untuk diketahui bagi konsumen karena bisa mempengaruhi minat beli suatu produk.⁵⁰ Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Binti Masruroh dan Elok Fitriani Rafikasari yang menyatakan bahwa bahan baku Halal memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, dimana variabel bahan produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli dan keputusan pembelian dengan alasan semakin familiar bahan yang digunakan semakin besar minat beli konsumen terhadap produk halal karena tidak ada keraguan.⁵¹

Dari argumen di atas ditarik hipotesis sebagai berikut:

Ha₃ : Bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli makanan dan minuman.

⁵⁰ Syahrial, Muhammad iqbal, dan Safarul Aufa, "Efektifitas Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh" *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol 8, No 1. (2022)

⁵¹ Binti Masruroh dan Elok Fitriani Rafikasari, "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung," *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022), 868.

Ho₃ : Tidak dapat pengaruh antara bahan baku terhadap minat membeli makanan dan minuman.

4. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Syahrial et al., yang mana menunjukkan bahwa label halal, kesadaran halal, dan bahan baku berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.⁵² Dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa label halal, kesadaran halal dan juga keterbukaan informasi bahan dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen.

Dari argumen di atas ditarik hipotesis sebagai berikut:

Ha₄ : label halal, kesadaran halal, dan bahan baku secara simultan berpengaruh positif terhadap minat membeli makanan.

Ho₄ : Tidak dapat pengaruh antara label halal, kesadaran halal, dan bahan baku secara simultan terhadap minat membeli makanan.

⁵² Syahrial, Muhammad iqbal, dan Safarul Aufa, " Efektifitas Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh" *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol 8, No 1. (2022)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian dibuat agar penelitian memiliki arah dan tujuan yang jelas. Jika rancangan penelitian disusun dengan baik, proses penelitian dan pemecahan masalah akan berjalan lebih terstruktur. Metode penelitian adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data, seperti angket, wawancara, pengamatan atau observasi, tes, dan dokumentasi.¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian asosiatif. Penelitian kuantitatif fokus pada pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk melakukan pengukuran, fenomena sosial dijabarkan menjadi beberapa variabel dan indikator yang spesifik. Setiap variabel kemudian diukur dengan memberikan nilai numerik (angka) sesuai kategori atau informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut.² dalam penelitian ini menggunakan asosiatif kausal atau eksplanatif karena akan menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel.

Metode survei digunakan sebagai sumber data primer dalam penelitian ini. Metode survei dilakukan pada populasi (besar maupun kecil), tetapi data yang dianalisis berasal dari populasi sebagian atau sampel, untuk melihat pola distribusi dan hubungan antar variabel.³ Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner atau angket dan hasilnya akan dianalisis menggunakan aplikasi

¹ Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, 4 (Depok: Rajawali Pers, 2020), 43.

² Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 123.

³ Sri Rochani Mulyani, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), 11.

SPSS 25. Variabel pada penelitian ini yaitu variabel bebas (*independen*) terdiri dari label halal, kesadaran halal, dan bahan baku, dan variabel terikat (*dependen*) yaitu minat beli.

B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variable penelitian adalah konsep yang dapat diukur dan diberi nilai numerik.⁴ Penelitian ini memiliki empat variabel yang digunakan yaitu tiga variabel independen X_1 (label halal), X_2 (kesadaran halal), X_3 (bahan baku) dan satu variabel dependen Y (minat beli). Masing-masing variabel tersebut diukur melalui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut dirancang dalam kuesioner atau angket agar pengukuran lebih terarah dan sesuai dengan metode yang digunakan. Berikut penjelasan mengenai variabel yang akan diteliti:

a. Variabel *Independen* (Bebas)

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau variabel dependen. Adapun variabel independen pada penelitian ini yaitu label halal (X_1), kesadaran halal (X_2), dan bahan baku (X_3)

b. Variabel *Dependen* (terikat)

Variabel dependen adalah suatu variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat beli (Y).

Definisi oprasional variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

⁴ Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial lainnya* (Semarang: Yoga Pratama, 2016), 94.

Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel

Variabel	Devinisi Variabel	Indikator
Label Halal (X ₁)	Label halal merupakan bukti kehalalan sebuah produk berdasarkan syariat islam. label halal tentunya sangat di prioritaskan pada konsumen/ masyarakat muslim terutama dalam bidang makanan sehingga seringkali dijadikan prasyarat utama dalam melakukan pembelian sebuah produk. ⁵	1. Pentingnya label halal 2. Kesiagaan dalam memilih produk 3. Kepercayaan dan jaminan keamanan produk 4. Legalitas lembaga sertifikasi (Shaari dan Arifin, 2010)
Kesadaran Halal (X ₂)	Kesadaran halal mengacu pada pemahaman seorang Muslim tentang konsep dasar halal (apa yang diizinkan dalam Islam), proses penyembelihan hewan yang sesuai dengan syariat Islam, dan memiliki prioritas ketika memilih makanan halal dalam kehidupan sehari-hari.	1. Pengetahuan dan pemahaman 2. Kesadaran halal 3. Keamanan dan kebersihan produk (Yunus et al, 2014)
Bahan Baku (X ₃)	Bahan baku merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan barang-barang yang diolah dalam proses produk menjadi produk selesai. ⁶	1. Informasi tentang bahan – bahan pada produk 2. Bahan yang tidak familiar menimbulkan kecurigaan dalam hal kehalalan 3. Komposisi bahan mencerminkan tingkat keamanan dan kualitas produk 4. Terminologi Kompleks Menyulitkan Pemahaman Konsumen (Yunus et al, 2014)

⁵ Muhammad Fahmul Iltiham dan Muhammad Nizar, *Label Halal Bawa Kebajikan*, 1 (Yogyakarta: Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, 2019), 95.

⁶ Herlin Herawati dan Dewi Mulyani, “Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk pada Ud. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo,” 464.

Variabel	Devinisi Variabel	Indikator
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat beli seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kebutuhan pribadi (kebutuhan makanan halal), rasa penasaran terhadap produk (rasa, kualitas, atau kunikan), dan rekomendasi dari keluarga, teman, atau ulasan konsumen lain. ⁷	1. Minat Transaksional 2. Minat Refrensial 3. Minat Prefensial 4. Minat Eksploratif (Ferdinand, 2014)

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh anggota, subjek, atau elemen penelitian yang memiliki ciri khusus dan menjadi fokus dalam suatu penelitian.⁸

Penelitian ini memiliki jumlah populasi sebanyak 2.736 orang yaitu masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur.

Tabel 3.2
Jumlah Masyarakat Desa Sido Mulyo

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	1.370
Perempuan	1.366
Total	2.736

⁷ Nor Lailla dan Irfan Tarmizi, "Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMI," *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, Desember 2020, 4.

⁸ Mamam Abdurahman, "Dasar – Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian",1 (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014), 129

2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang dipilih berdasarkan metode atau kriteria tertentu, sehingga dapat mewakili seluruh populasi. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 2.736 orang di desa Sido Mulyo. Untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + N.e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Seluruh Populasi

e = Toleransi Error

Berdasarkan data yang ada, populasi masyarakat di desa Sido Mulyo yang berusia 17-64 tahun adalah 2.736 orang dengan sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$N = 2.736$$

$$e = 10 \%$$

maka =

$$\begin{aligned} n &= \frac{2.736}{(1 + 2.736 \times 0,1^2)} \\ &= \frac{2.736}{(1 + 28,36)} \\ &= \mathbf{96,4} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa jumlah sampel responden dalam penelitian ini berjumlah 96 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik *probability sampling* merupakan proses pemilihan sampel yang dilakukan secara acak dan objektif, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan tertentu untuk dipilih sebagai sampel. Jenis teknik sampling yang digunakan adalah *cluster sampling*, yaitu yang mana unit samplingnya merupakan kumpulan atau kelompok. Jadi dalam penarikan *cluster sampling* anggota – anggota populasi dibagi dalam beberapa kelompok.⁹ Mengacu pada uraian sebelumnya, dari populasi yang terbagi menjadi 6 kelompok yaitu, Dusun 1, Dusun 2, Dusun 3, Dusun 4, Dusun 5, Dusun 6. Sebagaimana jumlah sampel dari masing – masing dusun sebagai berikut:

Tabel 3.3
Jumlah Sampel

Dusun	Sampel Penelitian
1	16
2	16
3	16
4	16
5	16
6	16
Jumlah	96

Sumber data diolah 2025

4. Teknik pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data. Angket atau kuesioner merupakan teknik

⁹ Karimuddin Abdullah dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 82.

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama, seperti responden atau hasil eksperimen.¹⁰

Data primer penelitian ini dikumpulkan melalui penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan kuisisioner yang disebarkan kepada konsumen muslim di Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur. Angket atau kuesioner ini menggunakan *Skala Likert* dengan rentang skor 1-5 yang telah di uji validitasnya pada penelitian sebelumnya dan terbukti reliabel, sebagai berikut:

Tabel 3.4 Skala Pengukuran Likert

Pilihan Jawaban	Skor Jawaban	
	Positiv	Negativ
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu – Ragu / Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

5. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian menurut Ibnu Hadjar dalam buku Hardani adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif tentang variasi karakteristik variabel secara objektif.¹¹ Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah angket atau kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis. Angket atau kuesioner ini

¹⁰ *Ibid.*, 62.

¹¹ Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 1 (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), 384.

dirancang untuk mengukur variabel label halal, kesadaran halal, bahan baku dan minat beli makanan dan minuman di Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur.

Tabel 3.5 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item	Sumber
1.	Label Halal (X_1)	Pentingnya label halal	3	(Shaari dan Arifin 2010)
		Kesiagaan dalam memilih produk	3	
		Kepercayaan dan jaminan keamanan produk	2	
		Legalitas lembaga resmi	3	
2.	Kesadaran Halal (X_2)	Pengetahuan dan pemahaman	3	(Yunus et al 2014))
		Kesadaran halal	2	
		Keamanan dan kebersihan produk	4	
3.	Bahan Baku (X_3)	Informasi Tentang bahan – bahan produk	3	(Yunus et al 2014)
		Bahan yang tidak familiar menimbulkan kecurigaan dalam hal kehalalan	2	
		Komposisi bahan mencerminkan tingkat keamanan dan kualitas produk	2	
		Terminologi Kompleks Menyulitkan Pemahaman Konsumen	2	
4.	Minat Beli (Y)	Minat <i>Transaksional</i>	2	(Ferdinand 2014)
		Minat <i>Refensial</i>	2	
		Minat <i>Prefensial</i>	2	
		Minat <i>Eksploratif</i>	3	
Jumlah			37	

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, yaitu rumus statistik untuk memprediksi hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Analisis

ini bertujuan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen berdasarkan teori yang telah ditetapkan. Proses analisis ini menggunakan aplikasi SPSS 25. Menggunakan analisis data sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

Pengujuan instrument penelitian meliputi dua hal, yaitu pengujian validitas dan reliabilitas. Instrument penelitian terlebih dahulu dilakukan uji coba (*Pilot Test*) terhadap sejumlah responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian. Melakukan uji coba awal (*pilot test*) instrument kepada sejumlah responden untuk mengidentifikasi kemungkinan kesulitan dalam memahami pertanyaan, serta memastikan instrument dapat menghasilkan data yang konsisten.¹²

1) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrument penelitian relevan dan akurat dalam menjalankan fungsinya. Kriteria dalam penilaian yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka bisa dikatakan item kuisioner tersebut valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuisioner tersebut tidak valid.¹³ Untuk mengetahui validitas dari 51 instrument disini menggunakan rumus *person produk moment* sebagai berikut:¹⁴

¹² Kartika Harahap dkk., *Buku Ajar Metode Penelitian*, 1 (Kota Medan: PT Media Penerbit Indonesia, 2024), 144.

¹³ Slamet Widodo dkk., *Buku Ajar Metode Penelitian*, 1 (Pangkalpinang: CV. Science Techno Direct, 2023), 53.

¹⁴ Maman Abdurahman, Sambas Ali Muhidin, dan Ating Somantri, *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*, 2 (Bandung: Penerbit Pustaka Setia, 2017), 50.

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi *Person Product Moment*

n : Jumlah Responden

X : Skor Variabel X

Y : Skor Variabel Y

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran suatu instrumen. Apabila instrumen yang digunakan reliabel (dapat dipercaya), maka akan menghasilkan data yang konsisten, meskipun digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Kriteria utama untuk mengukur reliabilitas adalah nilai *cronbach's alpha*. Jika hasil pengujian menunjukkan alpha lebih besar dari 0,6. Maka instrumen dikatakan reliabel.¹⁵ Untuk menentukan reliabilitas instrument, yaitu dengan rumus sebagai berikut:¹⁶

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Koefisien reliabilitas instrument

K : Jumlah butir item

¹⁵ Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 1 (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 188.

¹⁶ Maman Abdurahman, dkk, *Metode Statistika Untuk Penelitian*, 56.

$\Sigma \sigma_b^2$: jumlah varian butir skor item

σ_t^2 : Varian total

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi adalah syarat statistik yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi linier berganda berbasis OLS (*Ordinary Least Square*). Uji asumsi merupakan salah satu syarat sebelum melakukan uji hipotesis pada penelitian kuantitatif. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya perbedaan hasil hipotesis dengan uji asumsi, sehingga menimbulkan reaksi yang beragam.¹⁷ Adapun uji asumsi klasik ini meliputi:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memeriksa apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, hasil uji statistik tidak valid, terutama untuk sampel kecil. Residual dianggap terdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari $> 0,05$. Normalitas data dapat dilihat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusannya:¹⁸

- a. Jika nilai *asympt. Sig. (2- tailed)* $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.

¹⁷ Resiska Vikaliana et al., *Ragam Penelitian Dengan SPSS*, (Jawa Tengah: CV Tahta Media Group, 2022), 15.

¹⁸ Slamet Widodo dkk., *Buku Ajar Metode Penelitian*, 60.

- b. Jika nilai *asympt. Sig. (2- tailed)* $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinealitas

Asumsi Multikolineritas digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang tinggi antara instrument variabel independen dalam model regresi linear berganda.¹⁹ Uji multikolienearitas dengan SPSS 25 dilakukan melalui analisis regresi, dengan melihat nilai VIF (*variance Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antar variabel independen. Kriteria yang digunakan sebagai berikut:²⁰

- a. Memiliki nilai VIF (*variance Inflation Factor*) ≤ 10
- b. Memiliki nilai TOLERANCE $\geq 0,10$ Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinealitas.

3) Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan tidak adanya korelasi antara variabel pengganggu atau residual dengan variabel-variabel independen. Untuk menentukan apakah dalam suatu model penelitian terjadi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independen. Jika pola tertentu terlihat pada grafik, hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.²¹

c. Pengujian Hipotesis

¹⁹ Resiska Vikaliana et al., *Ragam Penelitian Dengan SPSS*, 16.

²⁰ *Ibid.*, 18

²¹ Mintarti Indartini dan Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*, 1 (Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2024), 24.

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, tujuannya untuk melihat apakah ada pengaruh dari label halal, kesadaran halal dan bahan baku terhadap minat beli makanan dan minuman pada masyarakat desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur. Berikut ini adalah persamaan regresinya:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

α = Konstanta

Y: Minat Beli

β_1 : Koefisien Regresi Variabel Label Halal

β_2 : Koefisien Regresi Variabel Kesadaran Halal

β_3 : Koefisien Regresi Variabel Bahan Baku

X_1 : Label Halal

X_2 : Kesadaran Halal

X_3 : Bahan Baku

e = error²²

2) *Simultan* (uji F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (*simultan*) mempengaruhi variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh gabungan dari seluruh

²² Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS* (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022), 73.

variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0.05 atau 5%.²³

Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ artinya variabel independen secara *simultan* mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilainya $> 0,05$, pengaruh *simultan* tidak terdeteksi. Ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Artinya semua variabel *independent*/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*/terikat.

- b. Jika nilai signifikan $f > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 Artinya, semua variabel *independent*/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*/terikat.²⁴

3) Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu (parsial). Penentuan penerimaan hipotesis dengan uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dari hasil regresi dengan nilai t pada tabel.

Berikut ini adalah kriteria pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis menggunakan uji t pada penelitian ini:

²³ *Ibid*, 77.

²⁴ *Ibid*, 78.

a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t \text{ hitung} < T_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.²⁵

4) Koefisien Determinasi (uji R^2)

Koefisien determinasi berganda (R^2) adalah untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, yang diukur dalam bentuk presentase. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Semakin tinggi persentasenya, semakin besar peran variabel variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Sisa persentasenya menunjukkan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti. Sebaliknya, semakin rendah persentasenya, maka semakin kecil kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen.²⁶

²⁵ *Ibid*, 79.

²⁶ Resiska Vikaliana et al., *Ragam Penelitian Dengan SPSS*, 39.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Desa Sido Mulyo

Diawali tahun 1950 rombongan warga sebanyak 64 KK dipimpin oleh saudara Jakio dating dari Hadimulyo kecamatan Metro untuk membuka umbulan yang diberi nama Sidorahayu. Tahun 1951 datang lagi rombongan dari Karangrejo dan Margorejo Kecamatan Metro sebanyak 50 KK dipimpin oleh saudara Jinab dan Niti Atmo membuka umbulan yang diberi nama Sido Mulyo.

Tahun 1953 Direktorat Tranmigrasi membuka Desa ini secara besar-besaran dimasukkan para Tranmigran dari Jawa Timur dan Jawa Tengah sebanyak 56 KK yang dipimpin oleh saudara Wono Tirto dan Wiryo Suwarno.

Pada tanggal 13 April 1954 diresmikan menjadi Kampung Sidomulyo oleh Bupati Lampung Tengah Imam Prabu dengan jumlah KK 226 dan jumlah penduduk 968 jiwa. Tahun 1956 didatangkan kembali dari Yogyakarta warga sebanyak 56 KK yang dipimpin oleh saudara Amad Rusidi kemudian membuka umbulan yang diberi nama Sarikaton.

b. Kondisi Wilayah Desa Sido Mulyo

1) Pembagian Wilayah

Luas wilayah Kampung Sido Mulyo secara administratif seluas ± 598,5 Ha yang terdiri dari:

Tanah Sawah	: 370 Ha
Tanah tegal	: 112 Ha
Tanah pekarangan / perkampungan	: 114 Ha
Lain-lain (sungai, kuburan, jalan)	: 8 Ha

2) Batas Wilayah

Tabel 4.1
Batas Wilayah

Letak	Kampung	Kecamatan
Sebelah Utara	Nambahrejo dan Sumberejo	Kotagajah
Sebelah Selatan	Totokaton	Punggur
Sebelah Barat	Tanggulangun	Punggur
Sebelah Timur	Nambahrejo	Kotagajah

Sumber data diolah 2025

3) Jumlah Penduduk

Tabel 4.2
Jumlah Penduduk

	Dusun I	Dusun II	Dusun III	Dusun IV	Dusun V	Dusun VI
Jumlah Penduduk	968	954	824	672	786	680

Sumber data diolah 2025

c. Kelembagaan Desa Sido Mulyo

1) Visi dan Misi Desa Sido Mulyo

a) Visi

Terwujudnya Masyarakat Kampung Sido Mulyo sebagai Kampung yang agamis, mandiri, dan aman untuk mencapai masyarakat yang sehat, cerdas dan lebih sejahtera serta melayani masyarakat dengan sepenuh hati.

b) Misi

1. Mewujudkan dan mengembangkan kegiatan keagamaan untuk menambah keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa.
2. Mewujudkan dan mendorong terjadinya usaha-usaha kerukunan antar dan intern warga masyarakat yang disebabkan karena adanya perbedaan agama, keyakinan, organisasi dan lainnya dalam suasana saling menghargai dan menghormati.
3. Membangun dan meningkatkan hasil pertaniandengan jalan penataan pengairan, perbaikan jalan sawah / jalan usaha tani, pemupukan dan pola tanama yang baik.
4. Meningkatkan pelayanan masyarakat yang terpadu dan serius.
5. Penataan saluran irigasi secara rutin untuk mencukupi kebutuhan pertanian.
6. Menumbuhkembangkan kelompok tani dan gabungan kelompok tani.
7. Menumbuhkembangkan usaha kecil dan menengah

2) Pembagian Wilayah

Tabel 4.3
Pembagian Wilayah

No	Nama Dusun	Jumlah RT
1	Dusun I	4
2	Dusun II	3
3	Dusun III	4
4	Dusun IV	4
5	Dusun V	3
6	Dusun VI	4

Sumber data diolah 2025

2. Klasifikasi Responden

Penelitian ini dilakukan dengan mengetahui latar belakang responden terlebih dahulu, adapun klasifikasi responden meliputi: Umur, Jenis Kelamin, Alamat, yaitu sebagai berikut :

a. Klasifikasi berdasarkan Umur

Tabel 4.4
Klasifikasi Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase
17 – 22 tahun	16	16,3 %
23 – 30 tahun	16	16,3 %
31 – 40 tahun	12	12,2 %
41 >	52	55,1 %
Total	96	100 %

Sumber data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.4 di atas klasifikasi berdasarkan umur responden dapat dilihat persentasenya, paling tinggi yaitu umur lebih dari 41 tahun dan paling rendah responden dengan umur 31 – 40 tahun.

b. Klasifikasi berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.5
Klasifikasi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki – laki	52	55,1 %
Perempuan	44	44,9%
Total	96	100%

Sumber data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.5 di atas klasifikasi berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat presentasinya, yaitu laki – laki dengan jumlah 54 orang dan responden perempuan 44 orang.

c. Klasifikasi berdasarkan Alamat

Tabel 4.6
Klasifikasi Alamat Responden

Alamat	Jumlah	Presentase
Dusun 1	16	24,5 %
Dusun 2	16	20,4 %
Dusun 3	16	16,3 %
Dusun 4	16	17,3 %
Dusun 5	16	11,2 %
Dusun 6	16	10,2 %
Total	96	100 %

Sumber data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.6 di atas klasifikasi berdasarkan alamat responden dapat dilihat presentasinya, paling tinggi yaitu responden pada dusun 1 dan paling rendah responden pada dusun 6.

3. Pilot Test

Pilot Test digunakan untuk menguji reliabilitas dan validitas instrument penelitian, sebelum disebarkan pada responden sesungguhnya. Pada uji pilot ini kuesioner disebar kepada 30 orang responden. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas:

a. Uji Validitas *Pilot Test*

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} sebagai berikut:¹

Jika nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ maka item valid

Jika nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ maka item tidak valid

Nilai r_{tabel} dengan $N=30$ (responden *pilot*) pada signifikan 5% (0,05) yaitu 0,361. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, akan dilakukan terlebih dahulu dengan menggunakan program SPSS versi 25 adapun hasil outputnya sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji Validitas Label Halal *Pilot Test* (X_1)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Kesimpulan
Soal 1	0,543	0,361	0,002	Valid
Soal 2	0,525	0,361	0,003	Valid
Soal 3	0,567	0,361	0,001	Valid
Soal 4	0,607	0,361	0,000	Valid
Soal 5	0,791	0,361	0,000	Valid
Soal 6	0,489	0,361	0,006	Tidak Valid
Soal 7	0,518	0,361	0,003	Valid
Soal 8	0,736	0,361	0,000	Valid
Soal 9	0,467	0,361	0,009	Tidak Valid
Soal 10	0,391	0,361	0,032	Tidak Valid
Soal 11	0,588	0,361	0,001	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa item pernyataan nomor 6, 9, dan 10 pada variabel X_1 dinyatakan tidak valid karena item pernyataan memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Dan item pernyataan tersebut tidak akan digunakan lagi pada uji – uji selanjutnya.

¹ Slamet Widodo dkk., *Buku Ajar Metode Penelitian*, 1 (Pangkalpinang: CV. Science Techno Direct, 2023), 53.

Tabel 4.8
Uji Validitas Kesadaran Halal *Pilot Test* (X_2)

Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Nilai Sig.	Kesimpulan
Soal 1	0,518	0,361	0,003	Valid
Soal 2	0,710	0,361	0,000	Valid
Soal 3	0,660	0,361	0,000	Valid
Soal 4	0,692	0,361	0,000	Valid
Soal 5	0,791	0,361	0,000	Valid
Soal 6	0,766	0,361	0,000	Valid
Soal 7	0,520	0,361	0,003	Valid
Soal 8	0,767	0,361	0,000	Valid
Soal 9	0,584	0,361	0,001	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa, secara keseluruhan item pernyataan variabel X_2 , dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari hasil r_{tabel} sebesar 0,361.

Tabel 4.9
Uji Validitas Bahan Baku *Pilot Test* (X_3)

Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Nilai Sig.	Kesimpulan
Soal 1	0,544	0,361	0,002	Valid
Soal 2	0,679	0,361	0,000	Valid
Soal 3	0,620	0,361	0,000	Valid
Soal 4	0,498	0,361	0,005	Valid
Soal 5	0,595	0,361	0,001	Valid
Soal 6	0,496	0,361	0,005	Valid
Soal 7	0,704	0,361	0,000	Valid
Soal 8	0,797	0,361	0,000	Valid
Soal 9	0,502	0,361	0,005	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa, secara keseluruhan item pernyataan variabel X_3 , dapat dinyatakan valid karena seluruh item

pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari hasil r_{tabel} sebesar 0,361.

Tabel 4.10
Uji Validitas Minat Beli (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Sig.	Kesimpulan
Soal 1	0,839	0,361	0,000	Valid
Soal 2	0,661	0,361	0,000	Valid
Soal 3	0,734	0,361	0,000	Valid
Soal 4	0,761	0,361	0,000	Valid
Soal 5	0,852	0,361	0,000	Valid
Soal 6	0,556	0,361	0,001	Valid
Soal 7	0,680	0,361	0,000	Valid
Soal 8	0,714	0,361	0,000	Valid
Soal 9	0,655	0,361	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa, secara keseluruhan item pernyataan variabel Y, dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari hasil r_{tabel} sebesar 0,361.

b. Uji Reliabilitas *Pilot Test*

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukurannya diulang. Dalam hal ini uji reliabilitas yang digunakan dengan metode Cronbach's Alpha. Dengan kriteria bahwa tingkat alpha hitung lebih besar dari koefisien Cronbach Alpha sebesar 0,60 maka data yang di ujikan memiliki tingkat reliabel yang

baik.² Adapun pengukuran tingkat Alpha dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil output nya sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria
Label Halal	0,745	Reliable
Kesadaran Halal	0,834	Reliable
Bahan Baku	0,780	Reliable
Minat Beli	0,877	Reliable

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.11 menyatakan bahwa semua variable dinyatakan reliable, dapat dilihat pada nilai koefisien alpha variable Label Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan dan Minat Beli lebih besar dari 0,60 dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel dikarenakan semua nilai $> 0,60$.

4. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Sido Mulyo kecamatan Punggur. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 96 responden, setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan peneliti. Kuesioner dibagi menjadi 4 variabel yaitu Label Halal (X_1) dengan 8 pertanyaan, Kesadaran Halal (X_2) dengan 9 pertanyaan, Bahan Baku (X_3) dengan 8 pertanyaan dan Minat Beli (Y) sebanyak 9 pertanyaan.

² Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 1 (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 188.

1. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data bisa dilihat dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. “Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:³

- 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika Asymp. Sig. (2 – tailed) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.”

Tabel 4.12
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.17853367
Most Extreme Differences	Absolute		.107
	Positive		.072
	Negative		-.107
Test Statistic			.107
Asymp. Sig. (2-tailed)			.009 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.217 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.206
		Upper Bound	.227

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

³ Slamet Widodo dkk., *Buku Ajar Metode Penelitian*, 54.

Dilihat dari tabel 4.12 diatas bahwa nilai $N = 96$ yaitu jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 96 orang, nilai Kolmogorov-smirnov menunjukkan angka $0,09 < 0,05$. Karena hasil uji normalitas ini tidak berdistribusi secara normal, maka perlu dilakukan olah data menggunakan metode *Monte Carlo*. Uji *Monte Carlo* bertujuan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi secara normal atau tidak dari sampel penelitian yang datanya terlalu ekstrim. Sehingga setelah dilakukan uji *Monte Carlo* yang mana memperoleh nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi dengan normal yaitu $0,217 > 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (independen), jika variable bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal yang artinya variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Cara mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi, sebagai berikut :⁴

- 1) Memiliki nilai $VIF \leq 10$
- 2) Memiliki nilai $TOLERANCE \geq 0,10$

⁴ Mintarti Indartini dan Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*, 1 (Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2024), 20.

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.3803	3.873		.982	.329		
	x1	.065	.206	.043	.317	.752	.253	3.950
	x2	.543	.097	.553	5.587	.000	.466	2.147
	x3	.331	.158	.242	2.091	.039	.342	2.922

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

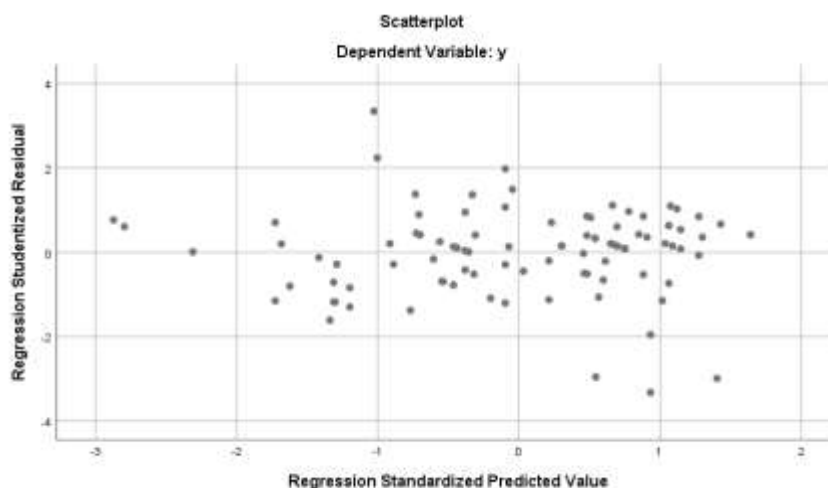
Berdasar tabel tersebut bisa dilihat bahwasanya Nilai tolerance pada variabel X_1 0,253, X_2 0,466 dan X_3 0,342, yang mana nilai tolerance ini lebih besar dari 0,10. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya tidak ada gejala multikolinieritas dan Nilai VIF pada variabel X_1 3,950, X_2 2,147 dan X_3 2,922, yang mana nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multiikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastitas merupakan pengujian untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (Nilai Prediksi) dengan SRESID (Nilai Residualnya)⁵. Dalam penelitian ini hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

⁵ Mintarti Indartini dan Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*, 1 (Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2024), 24.

Gambar 4.1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa grafik scatter plot memiliki titik-titik tidak teratur dan menyebar diatas maupun dibawah 0 pada sumbu Y, Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada penelitian ini.

2. Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁶ Dalam penelitian ini, tujuannya untuk melihat apakah ada pengaruh dari label halal, kesadaran halal dan bahan baku terhadap minat beli makanan dan minuman pada masyarakat desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur. yaitu dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

⁶ Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS* (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022), 73.

Tabel 4.14
Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	3.803	3.873		.982
	Label Halal	.065	.206	.043	.317
	Kesadaran Halal	.543	.097	.553	5.587
	Bahan Baku	.331	.158	.242	2.091

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$\hat{Y} = 3.803 + 0,065 X_1 + 0,543 X_2 + 0,331 X_3 + 3.873$$

Keterangan:

α = Konstanta

X_1 = Sertifikat Halal

X_2 = Kesadaran Halal

X_3 = Bahan Baku

Y = Minat Beli

e = error

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan, sebagai berikut:

- 1) Konstanta (α) Nilai konstanta dalam regresi ini ialah sebesar 3.803 bernilai positif yang berarti bahwa jika variabel Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Baku tidak terjadi perubahan (X_1 , X_2 dan

X_3 bernilai 0), maka nilai variabel pada Minat Beli adalah sebesar 3.803.

- 2) Label Halal (X_1) terhadap Minat Beli Koefisien regresi pada variabel Label Halal sebesar 0,065 atau sebesar 6,5%. Maka artinya setiap kenaikan Label Halal 1% maka akan menaikkan Minat Beli sebesar 0,065 atau 6,5% dengan asumsi variabel lain tetap. Meskipun pengaruhnya relatif kecil, hal ini menunjukkan bahwa keberadaan label halal tetap memiliki kontribusi dalam mendorong minat beli konsumen.
- 3) Kesadaran Halal (X_2) terhadap Minat Beli Koefisien regresi pada variabel Kesadaran Halal sebesar 0,543 atau sebesar 54,3%. Maka artinya setiap kenaikan kesadaran halal 1% maka akan menaikkan Minat Beli sebesar 0,543 atau 54,3%.
- 4) Bahan Baku (X_3) terhadap Minat Beli. Koefisien regresi pada variabel Bahan Makanan sebesar 0,331 atau sebesar 33,1%. Maka artinya setiap kenaikan Bahan Baku 1% maka akan menaikkan Minat Beli sebesar 0,331 atau 33,1%.

b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli. Untuk mengetahui hasil tersebut bisa melalui dua alternatif yaitu dengan membandingkan antara nilai signifikansi $< 0,05$ serta dengan

cara membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat diartikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial (Individu).⁷

Tabel 4.15
Uji t

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.803	3.873		.982	.329
	x1	.065	.206	.043	.317	.752
	x2	.543	.097	.553	5.587	.000
	x3	.331	.158	.242	2.091	.039

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

$$\begin{aligned}
 df &= n-2 \\
 &= 96-2 \\
 &= 94 \\
 &= 1.98552
 \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Pada variabel Label Halal (X_1) hasil dari nilai t_{hitung} $0,167 < t_{tabel}$ (1,985) dan dengan nilai signifikansi (0,752) $> 0,05$. Maka H_1 ditolak sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel Label Halal tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat Beli.
- 2) Pada variabel Kesadaran Halal (X_2) hasil dari nilai t_{hitung} $5,587 > t_{tabel}$ (1,985) dan dengan nilai signifikansi (0,000) $> 0,05$. Maka H_2 diterima sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

⁷ Ibid., 79

3) Pada variabel Bahan Baku (X_3) hasil dari nilai t_{hitung} 2,091 > t_{tabel} (1,985) dan dengan nilai signifikansi (0,039) < 0,05. Maka H_3 diterima sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel Bahan Baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

c. Uji F (Simultan)

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada atau tidak pengaruh suatu variabel terikat terhadap variabel bebas secara simultan. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan signifikan atau berpengaruh, dan dikatakan signifikan apabila nilai signifikan variabel > 0,05.⁸

Tabel 4.16
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	622.087	3	207.362	42.312	.000 ^b
	Residual	450.871	92	4.901		
	Total	1072.958	95			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

F tabel yaitu menggunakan rumus sebagai berikut:

df 1	= k-1 = 4-1 = 3	df 2 = n-k = 96-4 = 92
Jadi F tabel = 2,70		

Dari Tabel 4.16 uji signifikan (Uji F) diatas diketahui memiliki nilai sig 0,000 dengan taraf signifikan 0,5 dari hasil tersebut dapat

⁸ *Ibid.*, 78

disimpulkan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan Nilai $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}} (42,312 > 2,70)$ maka H_4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa label halal, kesadaran halal dan bahan baku memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli.

d. Uji Koefisien Diterminasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui besar presentase variasi variabel independen yang di pergunakan dalam model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen.⁹

Tabel 4.17
Uji Koefisien Diterminasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.580	.566	2.21377

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: Data Primer yang Diolah 2025

Dari tabel 4.17 Uji koefisien determinasi bahwa nilai R Square 0,580, dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara variabel independen (X) terhadap dependen (Y) sebesar 58% sedangkan sisanya 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk variabel yang di teliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Setelah dilakukan pengujian statistic baik secara parsial (individu) dengan menggunakan uji t maupun secara simultan (bersama-sama) dengan

⁹ Resiska Vikaliana et al., *Ragam Penelitian Dengan SPSS*, 39.

menggunakan uji F, maka analisis lebih lanjut dari hasil analisis regresi adalah:

1. Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil olah data dimana koefisien sebesar 0,065 dengan nilai t_{hitung} variabel Label halal (X_1) sebesar $0,317 < 1,985$ (t_{tabel}) dengan nilai signifikan $0,752 > 0,05$ maka dapat diketahui bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa aspek kehalalan secara formal belum menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Persepsi masyarakat desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur mengenai label halal sudah baik namun fakta saat pembelian tidak mempengaruhi keputusan pembelian makanan dan minuman.

Hal ini dikarenakan responden memiliki pertimbangan utama saat membeli produk makanan dan minuman. Seperti saat responden diajukan pernyataan mengenai “Saya tidak mempersalahkan ada atau tidaknya label halal pada produk yang saya konsumsi”, sebanyak 20,4% responden menjawab netral terhadap pernyataan tersebut, hal ini bisa berarti bahwa bagi mereka, keberadaan label halal bukanlah hal yang sangat berpengaruh terhadap minat beli makanan dan minuman.

Untuk memperkuat temuan dalam penelitian ini, dilakukan wawancara terhadap beberapa responden dan didapatkan hasil bahwa semua responden menganggap label halal penting. Meskipun demikian, responden tetap bersedia membeli makanan dan minuman meskipun

belum tersertifikasi. Hal ini bisa dikaitkan dengan persepsi bahwa produk yang dijual kemungkinan besar berbahan baku halal.

Hasil wawancara memperlihatkan beragam pandangan. Responden pertama, Ibu Rodiyah seorang ibu rumah tangga berusia 55 tahun, menyatakan bahwa ia selalu memperhatikan label halal, tetapi jika tidak ada label pun, ia tetap membeli selama produk tersebut dikenal luas dan dipercaya masyarakat. Responden kedua, Bpk Juni, mengatakan bahwa ia tahu pentingnya label halal, tetapi tidak terlalu memeriksa label ketika membeli makanan dan minuman karena menganggap sebagian besar produk di pasaran sudah pasti halal. Sementara itu, responden ketiga, Ibu Hani, mengungkapkan bahwa ia mengerti pentingnya label halal dan merasa lebih tenang jika produk sudah tersertifikasi, tetapi tetap mempertimbangkan aspek harga dan rasa produk.

Dari hasil wawancara terhadap responden dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan pemahaman mereka terkait label halal bervariasi. Responden memiliki tingkat literasi halal yang cukup, tetapi pemahaman mereka tentang proses label halal dan kepercayaan mereka terhadap produk tanpa sertifikasi formal menunjukkan beberapa dinamika. Tingkat literasi halal yang berbeda di antara konsumen dapat mempengaruhi sejauh mana mereka menganggap label halal sebagai hal yang penting dalam minat beli. Beberapa mungkin memahami pentingnya label tetapi tidak selalu menjadikannya faktor utama.

Meskipun kesadaran halal dan bahan baku mempengaruhi minat beli, ketidak selarasan antara kesadaran akan pentingnya produk halal dan pemahaman atau perhatian terhadap sertifikat halal resmi dapat menjelaskan mengapa label halal tidak memiliki pengaruh signifikan dalam hasil penelitian. Dimana dimensi label halal bersifat lebih spesifik dan melibatkan pengetahuan tentang proses, etika bisnis, dan standar yang digunakan untuk mengesahkan suatu produk sebagai produk halal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh B. Masruroh dan Rafikasari dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung”, yang mana menunjukkan bahwa label halal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk halal mahasiswa ES FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.¹⁰

2. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli

Dari hasil uji regresi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien sebesar 0,543 dengan $t_{hitung} 5,587 > t_{tabel} (1,985)$ dan dengan nilai signifikansi $(0,000) > 0,05$. Hal ini menunjukan bahwa masyarakat Desa Sido Mulyo, Kecamatan Punggur memiliki pemahaman yang baik mengenai perbedaan antara produk makanan yang halal dan

¹⁰ Binti Masruroh dan Elok Fitriani Rafikasari, “Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung,” *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022), 868.

yang tidak halal, serta bersedia mempraktikkan pemahaman atau pengetahuan yang mereka miliki dalam perilaku konsumsi sehari-hari.

Menurut Fauziah, Kesadaran halal adalah suatu pemahaman umat muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang pada akhirnya memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi. Dari sini dapat dipahami bahwa kesadaran halal tumbuh dari pengetahuan dan keimanan seseorang terhadap ajaran Islam. Kesadaran ini tidak hanya memengaruhi pola konsumsi, tetapi juga mencerminkan identitas dan integritas seorang muslim dalam kehidupan sehari-hari.¹¹

Kesadaran halal yang muncul dalam diri masyarakat dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu secara intrinsik dan ekstrinsik. Kesadaran halal intrinsik pada masyarakat desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur merujuk pada kesadaran yang tumbuh dalam diri individu itu sendiri, berdasarkan nilai – nilai agama yang diyakini, rasa takut akan melanggar syariat, dan komitmen pribadi untuk menjalankan ajaran islam dalam setiap aspek kehidupan, salah satunya dalam hal konsumsi. Hal ini sejalan dengan teori Fauziah yang mana kesadaran halal yang bersifat interinstik dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu keyakinan agama, Pengetahuan / Literasi Halal, serta prefensi memahami hukum halal dan haram dan membedakan antara mana produk halal dan yang mana haram.

Sedangkan kesadaran halal ekstrinsik menurut Fauziah, yaitu kesadaran pada pemilihan produk halal yang dipengaruhi oleh

¹¹ Fauziah et al., *SURVEI SADAR HALAL Generasi Muslim Milenial (Jakarta: Litbangdiklat Press, 2021)*, 35.

kecenderungan apa yang dilihat di luar. Kesadaran halal ekstrinsik pada masyarakat desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur merujuk pada pengaruh lingkungan luar yang mendorong individu untuk mempertimbangkan aspek kehalalan dalam memilih produk yang ingin mereka konsumsi.

Kesadaran halal yang dimiliki oleh masyarakat Desa Sido Mulyo menunjukkan tingkat pemahaman keagamaan yang cukup baik. Hal ini tidak terlepas dari peran lembaga keagamaan dan tokoh masyarakat setempat yang secara konsisten menyampaikan pentingnya mengonsumsi makanan halal melalui pengajian rutin, khutbah Jumat, serta kegiatan keagamaan lainnya yang dilakukan di masjid atau mushalla desa. Edukasi informal yang berlangsung dalam lingkungan sosial masyarakat juga memperkuat kesadaran akan pentingnya memilih produk halal dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adinda Choirul Ummah et al, yang berjudul “Label Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan”, yang menyatakan bahwa kesadaran halal seorang Muslim berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen terhadap suatu produk. Artinya, semakin tinggi kesadaran halal seseorang, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk memilih dan membeli produk yang diyakini kehalalannya.¹²

¹² Adinda Choirul Ummah, Moh Bahrudin, and Syamsul Hilal, “Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan,” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 4 (2023), 1113–1119.

Dengan demikian, kesadaran halal menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Sido Mulyo, untuk menjamin kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

3. Pengaruh Bahan Baku Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan menunjukan bahwa bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien 0,331 dengan nilai t_{hitung} 2,091 > t_{tabel} (1,985) dan dengan nilai signifikansi (0,039) < 0,05. Hal ini berarti informasi tentang bahan baku merupakan hal yang penting untuk diketahui bagi konsumen karena bisa mempengaruhi minat beli makanan dan minuman, dan semakin baik kualitas bahan baku yang digunakan dalam makanan dan minuman maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Bahan produk memiliki potensi untuk mempengaruhi penilaian Muslim tentang halal, Sebagian besar konsumen sangat serius dalam mengetahui apa yang mereka konsumsi dan informasi ini biasanya dikumpulkan melalui label makanan. Sehingga dapat diartikan bahwa bahan produk dapat menjadi penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih mengkonsumsi suatu produk dikarenakan semakin familiar konsumen terhadap komposisi bahan yang digunakan maka makin besar juga minat beli konsumennya karena tidak adanya keraguan.

Responden mempercayai bahwa bahan baku utama yang dipakai oleh produsen makanan dan minuman terjamin halal dengan Informasi

lengkap terkait bahan produk, tidak menggunakan bahan pelengkap yang diharamkan dalam Islam seperti arak dan minyak babi, semua tahapan pengolahan makanan dan minuman sesuai dengan standar proses pengolahan makanan halal, serta kebersihan tempat dan proses pengolahan makanan ataupun minuman juga terjamin kebersihannya. Hal tersebut selalu konsumen perhatikan sebelum melakukan keputusan pembelian karena mereka meyakini bahwa Islam telah mengatur segala hal yang berkaitan dengan kehidupan manusia termasuk apa yang boleh dikonsumsi dan tidak. Konsumen mengetahui di dalam Agama Islam hanya boleh mengonsumsi sesuatu yang halal dan thoyyib saja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syahriyal dengan judul “Efektifitas Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh” yang mana menunjukkan bahwa bahan makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Yang mana dalam penelitian tersebut informasi tentang bahan baku merupakan hal yang penting untuk diketahui bagi konsumen karena bisa mempengaruhi minat beli suatu produk.¹³

4. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Baku Secara Simultan Terhadap Minat Beli.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Baku berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli. Hal ini terbukti dengan hasil uji f_{hitung}

¹³ Syahriyal, Muhammad iqbal, dan Safarul Aufa, ” Efektifitas Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol 8, No 1. (2022)

sebesar 42,312 dengan nilai f_{tabel} sebesar 2,70 yang artinya $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Makah hal ini menunjukan bahwa variabel Label Halal (X_1), Kesadaran Halal (X_2), dan Bahan Baku (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Makanan dan Minuman Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasam mengenai pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Baku terhadap Minat Beli Makanan dan Minuman pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial ditemukan bahwa variabel label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t (parsial) dimana nilai t_{hitung} yaitu sebesar 0,317 dan nilai t_{tabel} adalah 1,985. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi adalah $0,752 > 0,05$.
2. Secara parsial ditemukan bahwa variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t (parsial) dimana nilai t_{hitung} yaitu sebesar 5,587 dan nilai t_{tabel} adalah 1,985. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$.
3. Secara parsial ditemukan bahwa variabel bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t (parsial) dimana nilai t_{hitung} yaitu sebesar 2,091 dan nilai t_{tabel} adalah 1,985. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi adalah $0,039 < 0,05$.
4. Label halal, kesadaran halal, dan bahan baku berpengaruh secara simultan atau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji f (simultan) menunjukkan bahwa variabel Label Halal, kesadaran Halal dan Bahan Baku secara simultan dan signifikan

mempengaruhi variabel Minat Beli dengan Nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($42,312 > 2,70$). Dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan, maka penulis ingin memberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Bagi para produsen produk makanan dan minuman sebaiknya mempertimbangkan ketiga faktor yang sudah diteliti pada penelitian ini yaitu label halal, kesadaran halal, dan bahan baku. Dilihat sekarang ini umat muslim tidak hanya sekedar menjadi umat agama Islam saja melainkan sebagai konsumen atau pasar potensial untuk produk makanan dan minuman halal.
2. Bagi peneliti selanjutnya, karena variabel – variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki koefisien determinasi sebesar 58% maka kedepannya perlu untuk dilakukan penelitian selanjutnya dengan memasukkan variabel – variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Harapannya hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai jembatan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya di bidang kajian yang sama sebaiknya memperluas variabel penelitian yang digunakan sehingga menghasilkan penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Mamam. "Dasar – Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian",1 Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014.
- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Aditya Wardhana. *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0*. 1. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2024.
- Amalia, Euis Indra Rahmatillah & Bukhari Muslim, *Penguatan UMKM Halal Di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, Juni 2023
- Al-Qur'an Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Lajnah Pentasihihan Mushaf Al-Qur'an, 2015.
- Ajzen, Icek, The Theory of Planned Behavior, In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Desember 1991, <https://www.researchgate.net/publication/272790646>.
- Alimuddin, Agus, Linda Aisyah & Risa Alvia, "Persepsi Santriwati Dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal," *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 10, no. 1 Maret 2022.
- Aziz, Yuhani Abdul & Nyen Vui Chok, "The Role Of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase intention Among Non-Muslims in Malaysia:A Structural Equation Modeling Approach." *Journal Of International Food & Agribusiness Marketin*, 25:1 - 23 Januari 2013 .
- Cupian, Kintan Meilasari, dan Sarah Annisa Noven. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Masyarakat Muslim di Kota Banjar." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1, 2023.
- Darmalaksa, Wahyudin & Teti Ratnasih, *Respon Pelaku Usaha Dalam Penerimaan Kebijakan Sertifikasi Halal*. Bandung: Sentra Publikasi Indonesia, Januari 2023.
- Ernawati, Sri, dan Iwan Koerniawan. "Pengaruh Label Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM di Kota Bima." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 16, no.1, Juli 2023.
- Faridah, Hayyun Durrotul. "Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi" 2, no. 2, Desember 2019.

- Ghozali, Imam. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial lainnya*. Semarang: Yoga Pratama, 2016.
- Hamdani, Ahmad, Nurma Sari, dan Khairil Umuri. “Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC).” *Al-Buhuts* 17, no. 2, Desember 2021.
- Hardani, Nur Hikmatul Aulia, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. 1. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- Haque, Marissa Grace & Fawzi, Perjalanan Manajemen Industri & Jaminan Produk Halal Indonesia. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, Maret 2023.
- Hendradewi, Savitri, Amalia Mustika, dan Anis Darsiah. “Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26, no. 2, Juli 2021.
- Hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian*. 4. Depok: Rajawali Pers, 2020.
- Iltiham, Muhammad Fahmul, dan Muhammad Nizar. *Label Halal Bawa Kebaikan*. 1. Yogyakarta: Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan, 2019.
- Indartini, Mintarti dan Mutmainah. *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*. 1. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2024.
- Izzuddin, Ahmad, “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember,” *Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 2018.
- Karimuddin Abdullah dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Koeswinarno et al., *Sertifikasi Halal Yes Or NO*. Jakarta: Litbangdiklat Press, 2020.
- Kusumastuti, Dani Kusumastuti. “Minat beli produk halal di Indonesia: studi pemetaan sistematis.” *Mabsya: jurnal manajemen bisnis syariah* 2, no. 2, 2020.
- Lailla, Nor, dan Irfan Tarmizi. “Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMJ.” *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, Desember 2020.

Luhglatno, Indra Sani, Iskandar Zulkarnain, Rilyane Suzan Rasita Sembiring, dkk. *Perilaku Konsumen*. 1. Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara, 2024.

Masruroh, Binti dan Elok Fitriani Rafikasari, "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung," *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5, 2022.

Mulasakti, Gilang Pandega, dan Fuad Mas'ud. "Faktor Penentu Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Impor Berlabel Halal." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 2, 2020.

Mulyani, Sri Rochani. *Metodologi Penelitian*. 1. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.

Mundir. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. 1. Jember: STAIN Jember Press, 2013.

Maryam, Aam dan Nopianti Nila, "Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa/Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamis)," *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 2 (2022), 2723–2328.

Nurchaya, *SADAR HALAL: Manajemen Implementasi Undang - Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*. Yogyakarta: CV. Istana Agency, 2024.

Nurlaela, H. A. Muh. Arfah Pettenreng, dan Abd. Haris Hamid. *Produk Halal Perspektif Perlindungan Konsumen*. Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida, 2021.

Pratiwi, Dewi dan Listya Sugiyarti, "Pengaruh Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk (Studi Kasus Pada PT. Kurnia Dwimitra Sejati Bogor)," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 2 ,Maret 2022.

Purbhastuti, Arum Wahyuni & Asmi Ayuning Hidayah, "Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorses," *Jurnal Bisnis Terapan* 04, no. 1 (Juni 2020), 39.

Purwanto, Nur, Budiyanto, dan Suhermin, *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth Pada Konsumen Marketplace*, 1 (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), 4.

Putri, Bestarika Rizky Angraini, Vany Octaviany, dan Ratu Ratna Mulyati Karsiwi. "Analisis Teknik Pengolahan Makanan Halal di 10 Binjai PNB Perdana Hotel and Suites On The Park, Kuala Lumpur." *e-Proceeding of Applied Science* 3, no. 3, Desember 2017.

- Rifai, Muhammad Syakib Asqalani, Wildan Nurhidayat, Winda Gafrilia Prianka, dkk. "Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal dan bahan makanan Halal terhadap keputusan pembelian produk makanan di Era Pandemic Covid-19." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 5, no. 4 2022.
- Sari, Saidah Putri, "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen" *Psikoborneo*, Vol 8, No 1, 2020.
- Sentosa, Endri, dan Emalia Trianti. "Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Proses Produksi dan Kualitas Tenaga Kerja Terhadap Kualitas Produk pada PT Delta Surya Energy di Bekasi." *Jurnal Ilmu Manajemen* 13, no. 2, Juli 2017.
- Setiawan, Diyan Arie, Fatchur Rohman & Taufiq Ismail, "Exploring the role of halal awareness in the link between religiosity, Halal logos, and consumer choices," *Research In Business & Social Science* 13, no. 9, 2024.
- sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019.
- Sulastri, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Makanan Halal (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Di Pulau Bali)," *El – Iqtishod: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2023), 2.
- Syahrial, Muhammad iqbal, dan Safarul Aufa, "Efektifitas Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Kota Banda Aceh" *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 8, No 1. 2022.
- Ummah, Adinda Choirul, Moh. Bahrudin, dan Syamsul Hilal. "Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan." *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 4, Mei 2023.
- Vergian, Arcy Lucyano & Purbo Jadmiko, "Religius Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal dan *Product Ingredient* Dalam Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Muslim," *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 7, no.2 2023.
- Vikaliana, Resiska et al., *Ragam Penelitian Dengan SPSS*. Jawa Tengah: CV Tahta Media Group, 2022.
- Wardhana, Aditya. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. 1. Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara, 2024.
- Widodo, Slamet, Festy Ladyani, La Ode Asrianto, dkk. *Buku Ajar Metode Penelitian*. 1. Pangkalpinang: CV. Science Techno Direct, 2023.

Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad., et al. 2014. "Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer". *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014) 145 – 154.

LAMPIRAN – LAMPIRAN



**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-0710/In.28.1/J/TL.00/05/2025
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

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

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama	: AZAHRA EKA PUTRI
NPM	: 2103011015
Semester	: 8 (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi Syari'ah
Judul	: PENGARUH SERTIFIKASI DAN KESADARAN HALAL SERTA BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN (STUDI PADA MASYARAKAT DESA SIDO MULYO KECAMATAN PUNGGUR)

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, 07 Mei 2025

Ketua Jurusan,



Muhammad Mujib Baidhowi
NIP 199103112020121005

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://sismik.metrouniv.ac.id/v2/cek-suratbimbingan.php?npm=2103011015>.
Token = 2103011015

OUTLINE SKRIPSI

PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL SERTA BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN (Studi Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTO

HALAMAN 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 Penelitian
- F. Manfaat Penelitian

G. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Minat Beli

1. Definisi Minat Beli
2. Indikator Minat Beli
3. Jenis – Jenis Minat Beli
4. Faktor – Faktor Yang Membentuk Minat Beli
5. Aspek – Aspek Minat Beli

B. Definisi Label Halal

1. Konsep Halal
2. Pengertian Label Halal
3. Landasan Hukum Sertufikat
4. Manfaat Label Halal
5. Mekanisme Sertifikat Halal

C. Kesadaran Halal

1. Definisi Kesadaran Halal
2. Jenis – Jenis Kesadaran Halal
3. Indikator Kesadaran Halal

D. Bahan Baku

1. Definisi Bahan Baku
2. Indikator Bahan Baku
3. Ketentuan Bahan dan Proses Produk Halal

E. Kerangka Berpikir

F. Hipotesis Penelitian

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. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil Penelitian
 - 1. Deskripsi Lokasi Penelitian
 - 2. Klasifikasi Responden
 - 3. *Pilot Test*
 - 4. Deskripsi Data Hasil Penelitian
- B. Pembahasan
 - 1. Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman.
 - 2. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman.
 - 3. Pengaruh Bahan Baku Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman.
 - 4. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Baku Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman.

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan

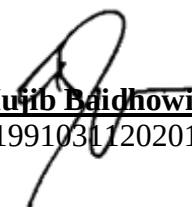
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



M. Muhib Baichowi, M.E
NIP. 19910311202012005

Metro, 7 Mei 2025
Mahasiswa Ybs,



Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

**PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN HALAL SERTA BAHAN
BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN**

(Studi Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur)

Dengan hormat,

Bersamaan dengan ini, saya beritahukan bahwa saya

Nama : Azahra Eka Putri

Npm : 2103011015

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Kuisisioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Serta Bahan Baku Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman (Studi Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur)”** Yang merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro. Untuk itu peneliti meminta bantuan kepada masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur untuk bersedia meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Atas ketersediaannya, Peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,



Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015

KUESIONER PENELITIAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Alamat :

B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

1. Sebelum melakukan pengisian kuesioner, diharapkan membaca pernyataan dengan teliti dan cermat.
2. Isilah data diri sesuai keadaan sebenarnya pada identitas responden.
3. Pilih salah satu jawaban disetiap butir pernyataan.
4. Pastikan bahwa jawaban-jawaban yang anda berikan adalah jawaban yang jujur, apa adanya dan sesuai dengan kenyataan.

Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda berdasarkan pernyataan di bawah ini.

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak setuju
TS : Tidak Setuju
N : Netral
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

C. PERNYATAAN KUESIONER

1) Variabel Label Halal (X_1)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Pentingnya Label Halal						
1	Terdapat label halal dalam kemasan produk makanan dan minuman adalah hal yang penting.					
2	Label halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan dan minuman.					
3	Saya tidak mempersalahkan ada atau tidaknya label halal pada produk yang saya konsumsi.					
Kesiagaan dalam memilih produk						
4	Saya merasa aman mengonsumsi produk berlabel halal					
5	Saya cenderung membeli produk hanya karena merek atau harga, bukan karena label halal nya					
6	Saya akan berhati hati ketika memilih produk dengan label halal.					
7	Saya selalu memeriksa label halal sebelum membeli produk makanan atau minuman.					
Kepercayaan dan keamanan produk						
8	Saya merasa penting untuk mengetahui apakah suatu produk benar – benar terverifikasi halal oleh lembaga resmi.					
9	Saya tetap akan membeli produk halal tanpa mempertimbangkan perusahaan apa yang memproduksi					
Legalitas lembaga sertifikasi						
10	Saya percaya makanan dan minuman halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang tepat					
11	Saya percaya makanan dan minuman halal telah lolos tes uji halal oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH)					

2) Variabel Kesadaran Halal (X₂)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Pengetahuan dan Pemahaman						
1	Saya paham apa itu halal.					
2	Saya tahu pengertian <i>halalan toyyiban</i> .					
3	Saya merasa tidak perlu mengetahui hukum halal dan haram selama produk terlihat aman dikonsumsi.					
Sadar akan halal						
4	Setiap akan mengonsumsi sebuah produk, saya selalu pastikan bahwa produk itu adalah Halal.					
5	Saya percaya bahwa mengonsumsi produk halal merupakan kewajiban yang harus saya penuhi.					
Keamanan dan Kebersihan Produk						
6	Saya akan membeli produk makanan dan minuman halal yang sudah jelas proses produksi sesuai syariat islam.					
7	Saya tidak terlalu peduli dari mana asal usul bahan suatu produk selama rasanya enak.					
8	Mengonsumsi makanan dan minuman halal adalah hal yang penting bagi saya.					
9	Selama produk terkenal dan banyak diminati, saya tidak mempermasalahkan status kehalalannya.					

3) Variabel Bahan Baku (X₃)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Informasi Tentang Bahan – Bahan Produk						
1	Informasi lengkap tentang bahan bahan produk sangat penting bagi saya sebelum membeli.					
2	Saya merasa tenang jika informasi bahan produk ditampilkan dengan jelas.					
3	Saya jarang membaca komposisi					

	sebelum membeli suatu produk.					
Bahan yang tidak familiar menimbulkan kecurigaan dalam hal kehalalan						
4	Saya lebih percaya pada produk dengan bahan – bahan yang familiar dan jelas					
5	Saya tidak meragukan kehalalan produk meskipun ada bahan yang tidak saya kenal					
Komposisi bahan mencerminkan tingkat keamanan dan kualitas produk						
6	Sebelum saya membeli saya akan terlebih dahulu melihat apakah ada zat yang berbahaya pada komposisi produk makanan dan minuman					
7	Sebelum saya membeli saya akan terlebih dahulu melihat komposisi bahan bahan yang ada pada produk makanan					
Terminologi Kompleks Menyulitkan Pemahaman Konsumen						
8	Saya merasa kesulitan memahami bahan produk jika menggunakan istilah ilmiah atau asing.					

4) Variabel Minat Beli (Y)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Minat <i>transaksional</i>						
1	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk makanan dan minuman yang sudah jelas kehalalannya					
2	Saya bersedia mengeluarkan uang lebih untuk membeli produk halal					
Minat <i>refrensial</i>						
3	Saya menyarankan keluarga saya untuk membeli makanan dan minuman halal.					
4	Saya jarang merekomendasikan produk halal meskipun saya menggunkannya sendiri.					
Minat <i>preferensial</i>						
5	Produk halal menjadi prioritas utama saya saat membeli makanan dan minuman					
6	saya cenderung menghindari produk yang tidak jelas kehalalan nya					

Minat Eksploratif						
7	Saya mencari informasi tentang kehalalan suatu produk sebelum membelinya.					
8	Saya selalu membagikan informasi tentang produk halal yang saya temukan.					
9	Saya lebih suka membeli produk tanpa melakukan pencarian lebih lanjut mengenai kehalalannya.					

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



M. Mujib Baidhowi, M.E
NIP. 19910311202012005

Metro, 7 Mei 2025
Mahasiswa Ybs,



Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015



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-0746/In.28/D.1/TL.00/05/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA DESA Balai Kampung Sido
Mulyo
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0747/In.28/D.1/TL.01/05/2025, tanggal 14 Mei 2025 atas nama saudara:

Nama : **AZAHRA EKA PUTRI**
NPM : 2103011015
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada KEPALA DESA Balai Kampung Sido Mulyo bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Balai Kampung Sido Mulyo, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH SERTIFIKASI DAN KESADARAN HALAL SERTA BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN (STUDI PADA MASYARAKAT DESA SIDO MULYO KECAMATAN PUNGGUR)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 14 Mei 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



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-0747/In.28/D.1/TL.01/05/2025

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

Nama : **AZAHRA EKA PUTRI**
NPM : 2103011015
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Balai Kampung Sido Mulyo, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH SERTIFIKASI DAN KESADARAN HALAL SERTA BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN (STUDI PADA MASYARAKAT DESA SIDO MULYO KECAMATAN PUNGGUR)".
 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 : 14 Mei 2025

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



PEMERINTAH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH
KECAMATAN PUNGGUR
KANTOR KEPALA KAMPUNG SIDOMULYO
Jln. Raya Punggur-Kotagajah Km. 2 Sidomulyo Kec. Punggur 34152

Nomor : 400.10.2/ 300 /17.9/2025
Lampiran : -
Perihal : Surat Balasan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Prodi
Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Metro
di -
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

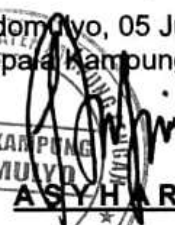
Dengan hormat,

Berdasarkan surat Permohonan Izin Penelitian dari Institut Agama Islam Negeri Metro Nomor B-0746/In.28/D.1/TL.00/05/2025, tanggal 14 Mei 2025 tentang Izin Penelitian di Kampung Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah, maka nama di bawah ini :

Nama : **AZAHRA EKA PUTRI**
NPM : 2103011015
Prgram Studi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : "PENGARUH SERTIFIKASI DAN KESADARAN HALAL SERTA BAHAN BAKU TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN (STUDI PADA MASYARAKAT DESA SIDOMULYO KECAMATAN PUNGGUR)".

Diizinkan untuk melakukan penelitian di Kampung Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah.

Demikian Surat Balasan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sidomulyo, 05 Juni 2025
Kepala Kampung Sidomulyo

ASYHARI





**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; perpustakaan@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-435/In.28/S/U.1/OT.01/06/2025**

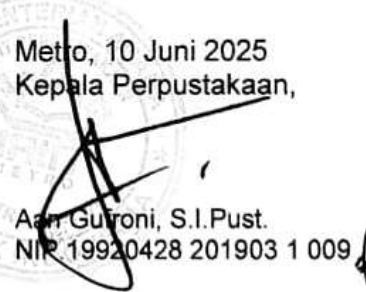
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : AZAHRA EKA PUTRI
NPM : 2103011015
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103011015.

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, 10 Juni 2025
Kepala Perpustakaan,

Aan Guroni, S.I.Pust.
NIP 19920428 201903 1 009



**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 : Azahra Eka Putri
NPM : 2103011015
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Sertifikasi dan Kesadaran Halal Serta Bahan Baku Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman (Studi Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 13 Juni 2025
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 199103112020121005



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Azahra Eka Putri Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103011015 Semester / T A : VIII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis. 4-7-2024	Bimbingan terkait judul dan arah Penelitian	
2.	Jum'at 27-12-2024	fokus penelitian diganti menjadi Masyarakat desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur.	

Dosen Pembimbing


M. Muji Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,


Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Azahra Eka Putri Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103011015 Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin 3-02-2025	- Indikator Penelitian - teknik pengambilan Sampel - Landasan Teori sertifikasi halal terkait Proses - Perbaiki kata MUI → BPJPH - Penelitian relevan → diringkas - referensi yang digunakan	

Dosen Pembimbing


M. Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,


Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Azahra Eka Putri
NPM : 2103011015

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa 11-2-2025	- Latar belakang masalah - Rumusan masalah - Cantumkan sumber pada tahapan Sertifikasi Halal - Cari sumber terbaru terkait Proses sertifikasi halal - Penulisan referensi - Hipotesis penelitian - Perbaiki Instrumen penelitian - uji hipotesis	

Dosen Pembimbing

M. Muji Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Azahra Eka Putri Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103011015 Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	18 Februari 2025	- Indikator penelitian - diagram prasurvey disertai sumber - fahami terkait mekanisme sertifikasi halal Ace proposal.	

Dosen Pembimbing

M. Muji Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Azahra Eka Putri Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103011015 Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa, 6 mei 2025	- Buat pertanyaan Negatif, tidak hanya positif	
2.	Rabu, 7 mei 2025	Ace App.	

Dosen Pembimbing


M. Mujib Baldhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,


Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Azahra Eka Putri Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103011015 Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin, 2 Juni 2025	- Perhatikan Pengguncan ibod Sesuaikan dgn Pedoman - apa penyebab nya Sertifikasi halal tidak mempengaruhi minat beli masyarakat. - tambah wawancara untuk memperkuat.	

Dosen Pembimbing

M. Muji Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Azahra Eka Putri Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2103011015 Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, Juni, 2025	Ace Skripsi Sudah di Uraikan 10/25 /6	

Dosen Pembimbing

M. Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 19910311202012005

Mahasiswa Ybs,

Azahra Eka Putri
NPM. 2103011015

Tabulasi Data 96 Responden

Label Halal (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL X1
5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	4	4	4	4	5	4	4	34
5	4	5	4	5	4	4	5	36
5	4	5	5	5	5	4	5	38
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	4	5	3	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	3	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	4	3	4	4	30
5	5	5	5	3	3	5	5	36
4	3	3	3	3	3	4	4	27
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	5	5	5	4	4	4	3	35
4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	4	4	4	4	4	35
5	4	4	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	4	4	38
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	4	4	5	5	5	5	36
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	4	4	4	4	36
5	4	4	4	5	5	5	5	37
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	5	4	3	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	5	5	4	4	4	5	5	37
4	5	4	5	5	5	4	4	36
5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	5	5	5	5	4	3	36
5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	5	4	4	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	4	5	5	5	4	4	5	36
5	5	5	4	4	4	4	4	35

5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	3	5	5	5	34
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	5	5	5	4	3	4	4	35
5	4	4	4	5	5	5	4	36
5	5	5	4	3	4	5	5	36
5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	4	4	4	5	36
5	5	4	4	4	4	4	5	35
5	5	4	5	5	5	4	4	37
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	5	4	4	5	4	4	36
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	4	4	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	4	5	4	4	37
5	5	5	5	5	4	3	4	36
4	5	5	5	4	4	4	3	34
5	5	5	5	5	5	4	3	37
5	5	5	5	4	5	5	4	38
4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	5	5	5	4	5	5	5	38
5	5	5	3	4	4	4	4	34
5	4	4	4	5	5	4	4	35
4	5	5	4	5	4	4	5	36
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	4	4	4	4	5	5	5	35
5	5	4	5	5	5	4	4	37
5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	4	4	4	5	5	5	37
4	4	4	4	5	5	5	5	36
5	5	4	5	5	5	4	4	37
5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	4	4	4	5	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	4	5	5	5	37
5	5	5	4	3	3	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	4	3	5	5	4	4	4	33

Kesadaran Halal (X2)									
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOTAL X2
5	4	4	5	5	5	4	5	4	41
5	3	4	4	5	5	4	4	4	38
4	4	5	4	4	4	4	5	5	39
5	5	5	4	4	4	4	5	3	39
4	4	3	3	5	5	5	5	5	39
4	4	3	3	3	4	3	4	3	31
4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
5	5	4	5	5	5	5	4	5	43
4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
5	4	4	5	5	5	4	4	5	41
5	5	5	4	4	5	3	5	5	41
4	4	3	4	4	4	3	3	3	32
5	5	3	5	5	5	3	5	3	39
4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	4	41
4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
4	4	4	5	3	3	4	4	5	36
5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
4	4	5	5	4	4	4	4	3	37
4	4	4	4	4	5	4	4	3	36
4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
4	4	4	5	3	3	4	4	5	36
5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
4	4	5	5	4	4	4	4	3	37
4	4	4	4	4	5	4	4	3	36
4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
4	4	4	3	4	5	5	5	5	39
5	4	4	3	4	4	5	5	5	39
4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
4	4	4	3	4	5	5	5	4	38
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	4	41
4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
5	5	5	5	4	4	5	5	4	42

4	4	4	5	3	3	4	4	5	36
5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
4	4	5	5	4	4	4	4	3	37
4	4	4	4	4	5	4	4	3	36
4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
4	4	4	3	4	5	5	5	5	39
5	4	4	3	4	4	5	5	5	39
4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
4	4	4	3	4	5	5	5	4	38
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	4	41
4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
5	5	5	5	4	4	5	5	4	42
4	4	4	5	3	3	4	4	5	36
5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
4	4	5	5	4	4	4	4	3	37
4	4	4	4	4	5	4	4	3	36
4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
4	4	4	3	4	5	5	5	4	38
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
4	4	4	3	4	5	5	5	5	39
5	4	4	3	4	4	5	5	5	39
4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
4	4	4	3	4	5	5	5	4	38
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	4	41
4	4	4	3	3	4	4	4	3	33

5	4	4	5	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	4	4	4	4	36
4	5	5	5	5	4	4	4	36
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	5	4	3	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	5	5	5	35
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	4	5	4	5	4	37
5	5	5	5	5	4	4	5	38
4	5	5	4	4	5	5	4	36
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	5	4	4	5	5	5	5	38
4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	4	4	4	4	36
4	4	4	4	5	4	4	5	34
5	5	5	4	4	5	5	4	37
5	5	5	5	5	4	4	5	38
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	5	4	4	5	5	5	4	37
5	5	5	4	4	4	4	5	36
5	5	5	5	5	4	4	3	36
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	5	4	5	4	4	4	4	35
4	4	5	5	5	4	5	4	36
5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	5	5	5	4	4	5	38
4	4	4	5	4	5	4	5	35
5	5	4	4	4	5	4	4	35
5	5	5	4	5	4	5	4	37
5	5	5	5	5	4	4	5	38
4	4	4	5	5	4	4	5	35
5	5	5	5	5	5	4	4	38
4	5	5	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	5	5	5	5	4	4	4	36
4	5	5	5	5	5	5	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	4	4	4	5	5	4	4	34

Minat Beli (Y)									
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TOTAL Y
5	5	5	4	5	5	4	3	2	38
4	5	4	4	4	4	4	3	4	36
4	4	4	5	4	4	4	4	2	35
4	5	5	5	5	5	5	5	3	42
3	5	5	5	5	5	5	5	5	43
4	3	4	4	4	4	4	4	3	34
4	4	5	4	4	4	4	3	4	36
5	4	4	4	4	4	3	3	4	35
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
4	5	5	4	5	5	5	5	5	43
4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	4	5	4	5	4	4	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
5	5	5	5	4	5	5	5	4	43
5	5	5	5	4	4	4	3	5	40
5	4	5	5	5	4	4	5	5	42
4	4	5	4	5	4	5	3	3	37
4	4	5	4	4	4	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	4	3	3	40
4	5	5	5	4	4	4	5	5	41
4	5	5	4	5	5	5	3	3	39
5	4	5	5	4	5	4	4	5	41
5	5	5	5	5	4	5	4	5	43
4	4	4	5	3	3	4	4	3	34
5	5	5	5	5	5	4	3	3	40
5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
4	4	5	5	4	4	4	4	3	37
4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
5	5	5	5	4	5	4	5	3	41
5	4	5	5	4	4	5	3	5	40
5	5	4	5	4	4	4	3	3	37
4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
5	5	5	5	5	4	5	3	4	41
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
4	4	4	3	4	5	5	5	5	39
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39

5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	4	43
5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
4	4	4	3	3	4	4	4	5	35
4	4	4	3	4	3	4	4	3	33
4	5	5	5	5	5	4	4	3	40
5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
4	4	4	5	3	3	4	4	4	35
5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
4	4	5	5	4	4	4	4	5	39
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
5	5	5	5	4	5	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	3	4	5	5	5	5	39
5	4	4	3	4	4	5	5	3	37
4	4	5	4	4	5	4	4	3	37
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
4	4	4	3	4	5	5	5	3	37
4	4	4	5	5	5	4	4	5	40
5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	4	41
4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
4	4	5	5	4	4	4	4	5	39
4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
4	4	4	3	4	5	5	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	3	4	5	5	5	5	39
5	4	4	3	4	4	4	5	5	38
4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
4	4	4	4	4	3	4	4	5	36
4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
4	4	4	4	4	5	5	5	5	40

4	4	4	5	5	5	4	4	5	40
5	4	5	5	5	5	5	5	4	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
4	4	4	3	3	4	4	4	3	33
4	4	5	4	4	4	4	3	3	35
4	5	4	4	4	5	5	3	3	37
4	4	5	3	4	4	4	4	4	36
4	4	4	5	5	3	3	3	3	34

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Validitas

a. Label Halal

Correlations													
		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1P9	X1P10	X1P11	TOTALX1
X1P1	Pearson Correlation	1	.408*	.355	.322	.507**	.096	.250	.232	.159	.171	.156	.543*
	Sig. (2-tailed)		.025	.054	.082	.004	.606	.162	.215	.402	.366	.294	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P2	Pearson Correlation	.408*	1	.435*	.279	.399*	.100	.219	.380*	-.086	.047	.437*	.825*
	Sig. (2-tailed)	.025		.016	.136	.029	.568	.245	.028	.650	.807	.018	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P3	Pearson Correlation	.355	.435*	1	.148	.340	.432*	.057	.062	.400*	.128	.176	.567*
	Sig. (2-tailed)	.054	.016		.435	.066	.017	.764	.665	.028	.600	.353	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P4	Pearson Correlation	.322	.279	.148	1	.465*	.162	.260	.582**	.257	-.048	.360	.607*
	Sig. (2-tailed)	.082	.136	.435		.010	.337	.166	.001	.171	.803	.260	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P5	Pearson Correlation	.507**	.399*	.340	.465*	1	.260	.360*	.561**	.367*	.300	.462*	.791**
	Sig. (2-tailed)	.004	.029	.066	.010		.165	.049	.001	.025	.269	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P6	Pearson Correlation	.096	.100	.432*	.162	.260	1	-.041	.235	.205	.197	.025	.459*
	Sig. (2-tailed)	.606	.568	.017	.337	.165		.831	.212	.276	.296	.896	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P7	Pearson Correlation	.250	.219	.057	.260	.360*	-.041	1	.595**	.106	.145	.308	.516*
	Sig. (2-tailed)	.162	.245	.764	.165	.049	.831		.000	.577	.445	.096	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P8	Pearson Correlation	.232	.380*	.062	.582**	.561**	.235	.595**	1	.344	.106	.414*	.736*
	Sig. (2-tailed)	.215	.028	.665	.001	.001	.212	.000		.062	.577	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P9	Pearson Correlation	.159	-.086	.400*	.257	.367*	.205	.106	.344	1	-.008	-.242	.467*
	Sig. (2-tailed)	.402	.650	.028	.171	.035	.278	.577	.062		.966	.826	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P10	Pearson Correlation	.171	.047	.128	-.048	.200	.197	.145	.136	-.008	1	.463*	.391*
	Sig. (2-tailed)	.366	.807	.500	.803	.289	.256	.445	.577	.966		.010	.032
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P11	Pearson Correlation	.156	.437*	.176	.360	.462*	.025	.306	.414*	-.042	.463*	1	.598*
	Sig. (2-tailed)	.294	.018	.353	.050	.010	.896	.096	.023	.826	.010		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	.543*	.825*	.567*	.607*	.791**	.459*	.516*	.736*	.467*	.391*	.598*	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.001	.000	.000	.006	.003	.000	.009	.032	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Kesadaran Halal

		Correlations									
		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9	TOTALX2
X2P1	Pearson Correlation	1	.400*	.209	.543**	.261	.438*	.258	.205	.016	.518*
	Sig. (2-tailed)		.028	.268	.002	.163	.016	.169	.278	.935	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P2	Pearson Correlation	.400*	1	.429*	.575**	.376*	.383*	.333	.488**	.271	.710**
	Sig. (2-tailed)	.028		.018	.001	.041	.037	.072	.006	.147	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P3	Pearson Correlation	.209	.429*	1	.403*	.417*	.497**	.093	.601**	.358	.660**
	Sig. (2-tailed)	.268	.018		.027	.022	.005	.623	.000	.052	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P4	Pearson Correlation	.543**	.575**	.403*	1	.459*	.382*	.252	.454*	.285	.692**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.027		.011	.037	.180	.012	.127	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P5	Pearson Correlation	.261	.376*	.417*	.459*	1	.753**	.265	.692**	.479**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.163	.041	.022	.011		.000	.157	.000	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P6	Pearson Correlation	.438*	.383*	.497**	.382*	.753**	1	.194	.584**	.437*	.766**
	Sig. (2-tailed)	.016	.037	.005	.037	.000		.304	.001	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P7	Pearson Correlation	.258	.333	.093	.252	.265	.194	1	.178	.289	.520**
	Sig. (2-tailed)	.169	.072	.623	.180	.157	.304		.345	.122	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P8	Pearson Correlation	.205	.488**	.601**	.454*	.692**	.584**	.178	1	.402*	.767**
	Sig. (2-tailed)	.278	.006	.000	.012	.000	.001	.345		.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2P9	Pearson Correlation	.016	.271	.358	.285	.479**	.437*	.289	.402*	1	.584**
	Sig. (2-tailed)	.935	.147	.052	.127	.007	.016	.122	.028		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	.518**	.710**	.660**	.692**	.791**	.766**	.520**	.767**	.584**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

c. Bahan Baku

		Correlations								
		X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7	X3P8	TOTALX3
X3P1	Pearson Correlation	1	.365'	.300	.223	.284	.224	.323	.017	.544''
	Sig. (2-tailed)		.047	.107	.237	.129	.234	.082	.929	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P2	Pearson Correlation	.365'	1	.392'	.235	.313	.438'	.585''	.251	.679''
	Sig. (2-tailed)		.047	.032	.211	.092	.016	.001	.181	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P3	Pearson Correlation	.300	.392'	1	.235	.455'	.373'	.376'	.119	.620''
	Sig. (2-tailed)		.107	.032	.211	.012	.042	.041	.531	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P4	Pearson Correlation	.223	.235	.235	1	.032	.224	.071	.443'	.498''
	Sig. (2-tailed)		.237	.211	.211	.867	.234	.711	.014	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P5	Pearson Correlation	.284	.313	.455'	.032	1	.264	.472''	.121	.595''
	Sig. (2-tailed)		.129	.092	.012	.867	.158	.008	.526	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P6	Pearson Correlation	.224	.438'	.373'	.224	.264	1	.756''	.302	.704''
	Sig. (2-tailed)		.234	.016	.042	.234	.158	.000	.104	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P7	Pearson Correlation	.323	.585''	.376'	.071	.472''	.756''	1	.317	.797''
	Sig. (2-tailed)		.082	.001	.041	.008	.000		.088	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3P8	Pearson Correlation	.017	.251	.119	.443'	.121	.302	.317	1	.502''
	Sig. (2-tailed)		.929	.181	.531	.014	.526	.104	.088	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX3	Pearson Correlation	.544''	.679''	.620''	.498''	.595''	.704''	.797''	.502''	1
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.005	.001	.000	.000	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

d. Minat Beli

		Correlations									
		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	YP9	TOTALY
YP1	Pearson Correlation	1	.439 [*]	.596 ^{**}	.582 ^{**}	.762 ^{**}	.584 ^{**}	.520 ^{**}	.545 ^{**}	.452 [*]	.839 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.015	.001	.001	.000	.001	.003	.002	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP2	Pearson Correlation	.439 [*]	1	.658 ^{**}	.429 [*]	.489 ^{**}	.205	.360	.478 ^{**}	.292	.661 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.015		.000	.018	.006	.278	.051	.008	.118	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP3	Pearson Correlation	.596 ^{**}	.658 ^{**}	1	.516 ^{**}	.690 ^{**}	.207	.483 ^{**}	.306	.404 [*]	.734 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.003	.000	.272	.007	.100	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP4	Pearson Correlation	.582 ^{**}	.429 [*]	.516 ^{**}	1	.577 ^{**}	.236	.423 [*]	.462 [*]	.579 ^{**}	.761 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.018	.003		.001	.210	.020	.010	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP5	Pearson Correlation	.762 ^{**}	.489 ^{**}	.690 ^{**}	.577 ^{**}	1	.577 ^{**}	.449 [*]	.432 [*]	.608 ^{**}	.852 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.001		.001	.013	.017	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP6	Pearson Correlation	.584 ^{**}	.205	.207	.236	.577 ^{**}	1	.427 [*]	.306	.143	.556 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.278	.272	.210	.001		.019	.101	.451	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP7	Pearson Correlation	.520 ^{**}	.360	.483 ^{**}	.423 [*]	.449 [*]	.427 [*]	1	.496 ^{**}	.209	.680 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.051	.007	.020	.013	.019		.005	.268	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP8	Pearson Correlation	.545 ^{**}	.478 ^{**}	.306	.462 [*]	.432 [*]	.306	.496 ^{**}	1	.444 [*]	.714 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.002	.008	.100	.010	.017	.101	.005		.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
YP9	Pearson Correlation	.452 [*]	.292	.404 [*]	.579 ^{**}	.608 ^{**}	.143	.209	.444 [*]	1	.655 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.012	.118	.027	.001	.000	.451	.268	.014		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALY	Pearson Correlation	.839 ^{**}	.661 ^{**}	.734 ^{**}	.761 ^{**}	.852 ^{**}	.556 ^{**}	.680 ^{**}	.714 ^{**}	.655 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Reliabilitas

X_1

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.745	8

X_2

Reliability Statistics

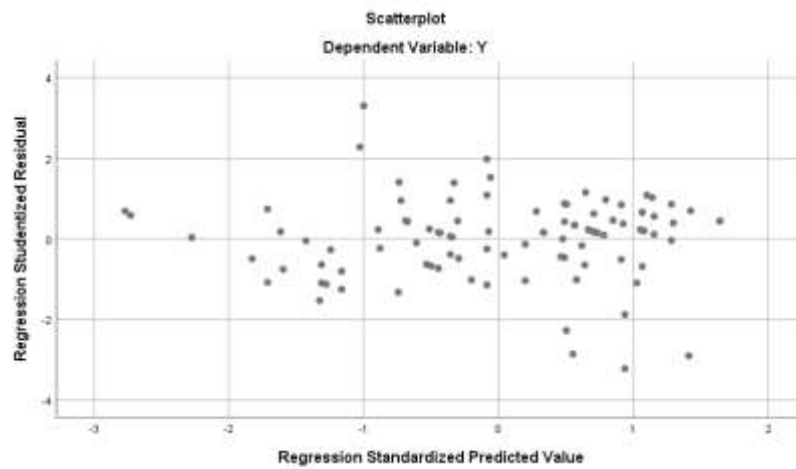
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.834	9

X_3

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.780	8

5. Uji Heteroskedastisitas



6. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.251	3.876		1.097
	Label Halal	.035	.208	.023	.868
	Kesadaran Halal	.559	.099	.568	.000
	Bahan Baku	.331	.161	.238	.042

a. Dependent Variable: Minat Beli

7. Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.251	3.876		1.097
	Label Halal	.035	.208	.023	.868
	Kesadaran Halal	.559	.099	.568	.000
	Bahan Baku	.331	.161	.238	.042

a. Dependent Variable: Minat Beli

8. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	643.372	3	214.457	42.126	.000 ^b
	Residual	478.546	94	5.091		
	Total	1121.918	97			
a. Dependent Variable: Minat Beli						
b. Predictors: (Constant), Bahan Baku, Kesadaran Halal, Label Halal						

9. Uji Koefisien Diterminasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.560	2.256
a. Predictors: (Constant), Bahan Baku, Kesadaran Halal, Label Halal				

Nilai Distribusi r tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066

t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 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

F Tabel

df 1 = k-1 = 4-1 = 3	df 2 = n-k = 96-4 = 92
Jadi 2,70	

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 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
92	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
93	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
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	1.78
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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Azahra Eka Putri lahir di Desa Sido Mulyo, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung, pada tanggal 25 Juni 2003. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Sugiman dan Ibu Maryamah.

Peneliti memulai pendidikannya di TK Bratasena III, dan melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SD Tunas Bangsa pada tahun 2009. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikannya ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Dente Teladas pada tahun 2015 sampai 2018. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Kejuruan selama 3 tahun di SMK Negeri 3 Metro dan lulus pada tahun 2021.

Setelah menempuh pendidikan selama 12 tahun lebih, Peneliti memilih untuk melanjutkan pendidikan tinggi dengan mendaftar di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dan mengambil program studi Strata 1 (S1) Ekonomi Syariah yang berada di bawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Setelah menempuh masa perkuliahan dan menyelesaikan berbagai tahapan akademik, pada akhir studi peneliti menyusun dan mempersembahkan sebuah skripsi yang berjudul: “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Serta Bahan Baku Terhadap Minat Beli Makanan dan Minuman (Studi Pada Masyarakat Desa Sido Mulyo Kecamatan Punggur”