

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE
ICE CREAM AND TEA DI KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

INDIYAH FITRIYANI
NIM. 19. 52. 11. 311

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2023**

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM
AND TEA DI KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

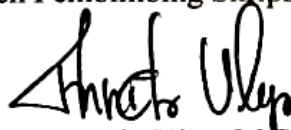
Oleh:

INDIYAH FITRIYANI
NIM. 19. 52. 11. 311

Sukoharjo, 17 April 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Annida Unnatiq Ulya, M.Sc.
NIK. 19920930101810 2 007

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : INDIYAH FITRIYANI

NIM : 19.52.11.311

JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA DI KOTA SURAKARTA ”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 14 April 2023



Indiyah Fitriyani

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : INDIYAH FITRIYANI

NIM : 19.52.11.311

JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA DI KOTA SURAKARTA ”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan sebenarnya. Saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 14 April 2023



Indiyah Fitriyani

Annida Unnatiq Ulya, M.Sc.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Indiyah Fitriyani

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Indiyah Fitriyani NIM. 19.52.11.311 yang berjudul:

“PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA DI KOTA SURAKARTA”.

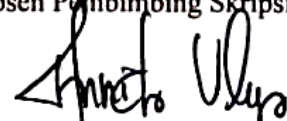
Sudah dapat dimunaqasah sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat. Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 17 April 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Annida Unnatiq Ulya, MSc.
NIK. 19920930101810 2 007

PENGESAHAN

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA DI KOTA SURAKARTA

Oleh:

INDIYAH FITRIYANI
NIM. 19.52.11.311

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Kamis tanggal 04 Mei 2023 M / 13 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
M. Rofiq Junaidi, M. Hum.
NIK. 19760314 201701 0 114

Penguji II
Zakky Fahma Auliya, S.E, M. M.
NIP. 19860131201403 1 004

Penguji III
Puspa Novita Sari, M. M.
NIP. 19911113 201903 2 022



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M. Si
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Astaghfirullah for my past, Alhamdulillah for my present and Inshaallah for my future” -Rachel Venny-

“Tugas kita selanjutnya hanyalah berjuang untuk sesuatu yang ingin kita wujudkan, hasilnya biar Allah SWT yang menentukan”

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta

Karya sederhana ini untuk :

Ibu bapak tercinta.

Keluarga, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat dalam segala hal,
dan seluruh pihak yang telah meluangkan waktunya, memberikan tenaga serta
pikirannya untuk segala pencapaian yang telah saya terima hingga tercapainya
semua ini.

Terimakasih.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream And Tea Di Kota Surakarta. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan serta arahan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan lainnya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Mudhofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Institut UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, SE, Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, S.E., MM., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. M. Rofiq Junaidi, M.Hum, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama masa perkuliahan.
6. Annida Unnatiq Ulya, M. Sc., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar dalam membimbing dan membantu penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Bapak dan Ibu saya tercinta, Bapak Sirin dan Ibu Sri Purwanti. Serta keluarga tercinta, Mas Agus Setiyono, Mbak Ayu Mayang Sari, Aldi dan Agiska yang telah memberikan banyak dukungan, cinta, kasih, dan doa yang tiada henti.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019, khususnya kelas H Manajemen Bisnis Syariah (MBS), Teman KKN-T Kerso Dharma 2022 kelompok 232, dan juga Sahabat-sahabat tersayang, Arrohma Kholifatun Ni'mah, Sawitri Wulandari, Diyah Siti Fauziah, dan Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih telah turut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta rasa syukur kepada Allah SWT, semoga diberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin. Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 15 April 2023

Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of halal certification and halal awareness of the decision to purchase products Mixue Ice Cream and Tea in Surakarta. The type of research used is quantitative using primary data. Samples in this study as many as 130 respondents were taken from consumers Mixue Ice Cream and Tea. Sampling technique using purposive sampling. Data was collected using a questionnaire with a likert scale of 1 to 5. Data analysis techniques using instrument test, classical assumption test, multiple regression analysis, model accuracy test and hypothesis test.

The results of this study indicate that halal certification has a positive effect and is not significant to the decision to purchase products Mixue Ice Cream and Tea. Halal awareness positively and significantly affects purchasing decisions for Mixue Ice Cream and Tea products. Independent variables are halal certification and halal awareness simultaneously or jointly. The dependent variable is the decision to purchase products Mixue Ice Cream and Tea in Surakarta.

Keywords: Halal Certification, Halal awareness, purchase decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Surakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden yang diambil dari konsumen Mixue Ice Cream and Tea. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan *skala likert* 1 sampai 5. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji ketepatan model dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea. Kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea. Variabel independen yaitu sertifikasi halal dan kesadaran halal secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Surakarta.

Kata kunci: Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6

1.3	Rumusan Masalah	6
1.4	Tujuan Penelitian.....	7
1.5	Batasan Penelitian	7
1.6	Jadwal Penelitian	7
1.7	Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI		9
2.1.	Landasan Teori	9
2.1.1	Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2	Sertifikasi Halal.....	10
2.1.3	Kesadaran Halal	12
2.2	Penelitian Yang Relevan	14
2.3	Kerangka Penelitian	16
2.4	Pengembangan Hipotesa	17
BAB III METODE PENELITIAN.....		19
3.1	Jenis Penelitian	19
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.3	Populasi dan Sampel	19
3.3.1.	Populasi.....	19
3.3.2.	Sampel.....	20
3.4.	Teknik Pengambilan Sampel.....	20

3.5.	Variabel Penelitian	21
3.6.	Definisi Operasional Variabel	22
3.7.	Analisis Data	24
3.7.1.	Uji Instrumen Penelitian	24
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik	25
3.7.3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	26
3.7.4.	Uji Ketepatan Model	27
3.7.5.	Uji Hipotesis (Uji T)	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Gambaran Umum Penelitian	29
4.2.	Gambaran Karakteristik responden	29
4.2.1.	Karakter Responden Berdasarkan Umur.....	29
4.2.2.	Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.2.3.	Karakter Responden Berdasarkan Domisili	31
4.2.4.	Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
4.2.5.	Karakter Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk Mixue Ice Cream and Tea	33
4.3.	Pengujian dan Hasil Analisis Data	33
4.3.1.	Hasil Uji Instrumen Penelitian	33
4.3.2.	Hasil Uji Asumsi Klasik	35

4.3.3.	Hasil Uji Ketepatan Model.....	39
4.3.4.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
4.3.5.	Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	42
4.4.	Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis).....	43
4.4.1.	Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.4.2.	Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian	45
BAB V PENUTUP.....		47
5.1.	Kesimpulan.....	47
5.2.	Implikasi Penelitian	47
5.3.	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA		49
LAMPIRAN.....		53
Lampiran I. Jadwal Penelitian.....		53
Lampiran II. Kuesioner Penelitian		54
Lampiran III. Data Penelitian.....		58
Lampiran IV. Rekap Data Kuesioner		64
Lampiran V. Hasil Distribusi Karakteristik		74
Lampiran VI. Hasil Uji Instrumen Penelitian		76
Lampiran VII. Hasil Uji Asumsi Klasik		79
Lampiran VIII. Hasil Uji Ketetapan Model		81

Lampiran IX. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
Lampiran X. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	83
Lampiran XI. Uji Turnitin.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	14
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.2. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.3. Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili	31
Tabel 4.4. Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.5. Frekuensi Responden Berdasarkan Pernah Membeli.....	33
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinearitas.....	37
Tabel 4.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 4.11. Hasil Uji R^2	39
Tabel 4.12. Hasil Uji F.....	40
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
Tabel 4.14. Hasil Uji T.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sertifikasi Halal Mixue di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	17
Gambar 3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	79
Gambar 4. 1 Grafik Plot Hasil Uji Normalitas.....	36
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Jadwal Penelitian.....	53
Lampiran II. Kuesioner Penelitian	54
Lampiran III. Data Penelitian.....	58
Lampiran IV. Rekap Data Kuesioner	64
Lampiran V. Hasil Distribusi Karakteristik	74
Lampiran VI. Hasil Uji Instrumen Penelitian	76
Lampiran VII. Hasil Uji Asumsi Klasik	79
Lampiran VIII. Hasil Uji Ketetapan Model	81
Lampiran IX. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	82
Lampiran X. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	83
Lampiran XI. Uji Turnitin.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Es krim merupakan produk berbahan baku susu yang diolah menjadi krim atau sejenisnya. Dilihat dari nilai gizinya, es krim juga tinggi kalsium dan protein karena bahan bakunya susu. Kalsium dan protein merupakan salah satu nutrisi sangat dibutuhkan dari segala usia. Oleh sebab itu, es krim dapat dinikmati oleh berbagai kalangan usia. Namun, es krim juga mengandung zat nutrisi lainnya yaitu karbohidrat dan lemak, dimana nutrisi ini adalah faktor pembatas untuk pecinta es krim yang sedang diet. Cita rasa eskrim juga mempengaruhi tingkat kesukaan konsumen selain kandungan gizinya. Kualitas bahan baku, bahan tambahan, proses pembuatan serta proses penyimpanan produknya sendiri sangat mempengaruhi kualitas suatu produk es krim (Hartatie, 2011).

Pertama kali Mixue Ice Cream and Tea buka di Indonesia tepatnya di Bandung pada tahun 2020. Dan mendadak viral karena harga yang di banderol terbilang cukup murah dan rasa yang tidak mengecewakan membuat es krim ini viral di sosial media. Serta tokonya yang mencolok membuat masyarakat penasaran. Harga yang cukup murah mungkin saja menjadi sukses nya es krim Mixue ini. Harga produknya berkisar antara Rp8.000 – Rp22.000 saja, kita sudah dapat menikmati es krim dengan berbagai variasi topping. Namun, dengan harga tersebut gerai Mixue ini terbilang cukup berani untuk membuka gerai nya di tempat yang jaraknya hampir berdekatan. Tetapi anehnya, sama-

sama ramai. Apa ini sebuah lonjakan peminat masyarakat atau memang strategi dari Mixue sendiri?. Keduanya juga bisa menjadi faktor sukses nya Mixue sekarang (Apriyani, 2023).

Pemilihan lokasi yang strategis membuat Mixue terus bertambah ramai setiap waktunya. Konsumen mereka setiap hari terus bertambah. Bahkan di Indonesia sendiri, hampir di semua kalangan pernah mencoba es krim dan teh Mixue. Namun, beberapa hari ini Mixue di Indonesia menjadi perbincangan masyarakat di media sosial, dikarenakan masyarakat mulai menyadari keberadaan Mixue ini ada di mana-mana. Selalu berada di Kawasan yang mudah di jangkau oleh masyarakat, rumah toko (ruko) yang dulunya kosong kini menjadi celah untuk dibukanya toko ini. Maka, tak heran jika kini Mixue menjadi trending topic di berbagai media sosial. Harusnya ini menjadi kabar baik bagi pihak Mixue, nama mereka menjadi perbincangan masyarakat sehingga mau tidak mau masyarakat menjadi penasaran tentang produk yang mereka jual (Apriyani, 2023).

Salah satu produk eskrim yang terkenal di Indonesia adalah Mixue Ice Cream and Tea. Mixue Ice Cream and Tea merupakan perusahaan es krim dan teh yang berasal dari China telah berdiri dari tahun 1997. *Outlet* Mixue Ice Cream and Tea berjumlah 21.000 *outlet* yang saat ini berdiri dan tersebar di 11 negara Asia termasuk Indonesia. Saat ini *outlet* Mixue yang berada di kota Surakarta berjumlah 16 *outlet* diantaranya Kartasura, UMS Garuda, Makamhaji, Gentan, Solo Baru, UMS Garuda ruko saraswati, Yosodipuro, Pasar Kembang, Notokusuman, Purwodiningratan, Mojosongo, UNS Kartika,

UNS Solo, Solo Paragon Mall, Solo Grand Mall, dan Solo Square (Kasih et al., 2022).

Perlindungan konsumen merupakan upaya jaminan dalam memberikan perlindungan konsumen, yakni mendapatkan perlindungan atas setiap produk yang diperoleh dari produsen atau pelaku usaha. Hal tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mengatur bahwa pelaku usaha yang telah mendapatkan sertifikat halal wajib membubuhkan label halal pada produk yang telah mendapatkan sertifikat halal (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, 2014).

Saat ini produk di Indonesia bermacam-macam baik produk lokal yang dihasilkan oleh dalam negeri maupun impor dari luar negeri. Masing-masing membutuhkan jaminan halal salah satunya dengan adanya label halal membantu konsumen untuk memilih produk halal. Oleh sebab itu perlunya sertifikasi dan penandaan produk dalam memastikan kehalalannya bagi masyarakat khususnya seorang muslim (Warto & Samsuri, 2020).

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) baru-baru ini mengonfirmasi bahwa perusahaan Mixue Ice Cream and Tea telah terdaftar di LPPOM MUI untuk sertifikasi halal yang ditunjukkan pada Gambar 1.1. MUI telah menerbitkan ketetapan halal untuk produk Mixue Ice Cream and Tea. Ketetapan halal ini diterbitkan MUI setelah Komisi Fatwa melaksanakan sidang produk halal. Pasca terbitnya surat Ketetapan Halal MUI ini, Badan Penyelenggara Jaminan

Produk Halal (BPJPH) Kemenag RI akan mengeluarkan Sertifikat Halal terhadap Mixue Ice Cream and Tea (Syahputra, 2023).

Gambar 1.1.

Sertifikasi Halal Mixue di Indonesia



Sumber: Instagram Mixue Indonesia, 2023

Sertifikasi merupakan syarat mutlak yang seharusnya dipenuhi pada saat melakukan proses pengawasan mutu pangan yang dilakukan secara ilmiah melalui uji laboratorium atau dapat dilakukan dengan cara yang lebih kompleks setelah berkembangnya teknologi. Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis pernyataan kehalalan suatu produk halal menurut hukum Islam. Adanya sertifikasi memberi keuntungan kepada semua konsumen, baik konsumen Muslim maupun tidak. Sertifikasi halal tidak terbatas pada penentuan kehalalan kandungan yang terdapat dalam makanan, tetapi juga proses dan praktik yang beretika, sehat dan baik (Nurdin, 2020).

Saat ini, perubahan dan perkembangan gaya hidup halal dan di Indonesia semakin meningkat. Banyak orang tertarik dengan gaya hidup halal dan makanan halal. Hal tersebut berdasarkan pada syariat agama bahwa setiap

muslim wajib makan dan minum yang halal. Dikarenakan setiap makanan ataupun minuman yang masuk ke dalam tubuh kita berubah menjadi darah dan daging, sumber energi yang sangat penting bagi kehidupan (Aditya Tamara, 2021).

Menurut Pramintasari & Fatmawati (2017) kesadaran halal adalah mengetahui sesuatu yang baik dan apa yang boleh dikonsumsi menurut aturan di dalam Al-Qur'an dan Hadist. Pengetahuan ilmu seorang muslim mengenai segala aspek yang berhubungan dengan halal haram suatu produk sesuai ajaran syariah yang berlandaskan Al-Quran dan Hadist terutama dalam segi makanan. Kesadaran halal dapat meningkatkan pemahaman seorang muslim tentang prinsip-prinsip halal. Informasi ini juga termasuk memahami produk apa saja yang dapat dikonsumsi dan bagaimana produk tersebut dapat digunakan serta diproduksi. Kesadaran terhadap kehalalan suatu produk merupakan kewajiban bagi seorang muslim ketika memproduksi dan mengonsumsi makanan (Saputro & Jaharudin, 2022).

Keputusan pembelian juga salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah pemilihan, pembelian, penggunaan, dan penjualan barang, jasa, ide atau pengalaman oleh individu, kelompok atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu, kelompok, atau organisasi (Kotler & Keller, 2012).

Berdasarkan kajian di atas, penulis bermaksud melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream and Tea di Surakarta”**. Penelitian

ini direncanakan untuk meneliti lebih lanjut mengenai variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu yang sedang digemari.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil pengamatan saya terhadap jurnal yang relevan pada penelitian ini, sertifikasi halal dan juga kesadaran halal merupakan faktor yang mendasari keputusan pembelian produk salah satunya produk makanan, dari hasil penelitian Mahdaleni et al., (2022) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Chatime mahasiswa Politeknik Negeri Medan melalui Gofood. Hal ini dikarenakan setiap konsumen Chatime banyak yang mempertimbangkan sertifikasi halal suatu produk sebelum melakukan keputusan pembelian. Produk yang jelas kehalalannya lebih banyak dipilih konsumen di Medan karena mayoritas penduduknya beragama muslim.

Kemudian pada penelitian Nupuspitasari et al. (2022) menunjukkan bahwa kesadaran halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *body lotion* Scarlett Whitening. Hal ini dikarenakan sebagian besar konsumen muslim paham akan kehalalan produk *body lotion* Scarlett Whitening.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea?

2. Apakah kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh positif sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea.
2. Mengetahui pengaruh positif kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah penentuan variabel yakni sertifikasi halal dan juga kesadaran halal sebagai variabel bebas (independen) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (dependen) pada produk Mixue Ice Cream and Tea.

1.6 Jadwal Penelitian

Terlampir.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penelitian ini dibagi menjadi lima bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, jadwal penelitian, dan sistematikan penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang kajian teori menjelaskan teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian. Hasil penelitian yang relevan berisi analisis hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang diteliti. Kerangka pemikiran berisi pola hubungan antara variabel yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang akan diteliti. Serta penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan pertimbangan dalam perbandingan kesesuaian penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, waktu dan wilayah penelitian, populasi, dan sampel, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel dan analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil analisis data dan juga menampilkan pengujian data dengan menggunakan alat analisis data pada penelitian ini. Pembahasan hasil analisis yang selanjutnya di intrepetasikan dalam kalimat naratif agar terjawab permasalahan-permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian yang telah di uraikan pada bab IV, keterbatasan penelitian, dan juga saran dari penulis untuk penyelesaian masalah pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

Kajian teori menyajikan teori yang dapat membantu terciptanya variabel-variabel pendukung penelitian, sehingga dapat memungkinkan penggunaan teori tersebut untuk dikembangkan menjadi sebuah hipotesis, metode penelitian, membuat definisi operasional variabel, pembahasan serta kesimpulan maupun saran. Keputusan pembelian, Sertifikasi halal dan Kesadaran halal merupakan variabel yang diteliti pada penelitian ini.

2.1.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah bagian perilaku konsumen. Sedangkan perilaku konsumen merupakan suatu tindakan memilih, membeli dan menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman agar dapat memuaskan kebutuhan dan juga keinginan individu, kelompok, atau organisasi (Kotler & Armstrong, 2017). Keputusan pembelian adalah tahap evaluasi dimana konsumen dapat memilih dari beberapa brand dan berniat membeli pada brand yang disukai. Keputusan pembelian juga merupakan tahapan setelah adanya keinginan untuk membeli namun keputusannya tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya (Kotler & Keller, 2012).

Menurut Sunyoto (2014) seseorang pada saat akan melakukan pembelian suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Kebutuhan dan keinginan merupakan suatu hal berbeda,

dimana kebutuhan bersifat naluriah sedangkan keinginan adalah kebutuhan yang dipengaruhi dan dibentuk oleh lingkungan misalnya keluarga, masyarakat, tempat kerja maupun kelompok sosial yang lainnya.

Berikut indikator menurut Kotler & Armstrong (2017) yang akan digunakan dalam mengukur variabel keputusan pembelian:

1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.
2. Memutuskan membeli karena merk yang paling disukai.
3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
4. Membeli karena mendapat rekomendasi orang lain.

2.1.2 Sertifikasi Halal

Menurut Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (2016) sertifikasi adalah penyertifikatkan. Sedangkan kata halal berarti diizinkan atau tidak dilarang oleh syarak. Halal juga dapat diartikan dengan sesuatu yang diperbolehkan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan ajaran agama Islam. Dari pengertian tersebut dapat memberi pemahaman tentang sertifikasi yang merupakan syarat mutlak dan harus dipenuhi pada saat melakukan proses pengawasan mutu pangan, dilakukan secara ilmiah melalui uji laboratorium atau dengan cara yang lebih canggih sesuai dengan perkembangan teknologi (Nurdin, 2020). Sertifikasi halal merupakan aturan tertulis yang menyatakan kehalalan suatu produk yang sesuai dengan syariat Islam. Sertifikasi halal juga diperlukan untuk mencantumkan label halal dalam kemasan produk oleh Badan Penyelenggara Produk Halal (BPJPH) (Segati, 2018).

Adanya perubahan yang mendasar pada proses sertifikasi halal setelah terbitnya Undang-undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Salah satunya adalah proses sertifikasi halal dapat dilakukan melalui beberapa pihak, tidak hanya oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Setidaknya ada tiga pihak yang terlibat dalam proses sertifikasi halal yaitu Badan Penyelenggara Produk Halal (BPJPH), Lembaga Pemeriksaan Halal (LPH) dan juga Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Khoeron, 2022).

Aturan penggunaan produk halal di Indonesia yaitu sertifikasi dan juga labelisasi. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan adalah informasi tentang pangan berupa gambar, tulisan, maupun gabungan keduanya yang dicantumkan pada kemasan dan mudah untuk dilihat serta dibaca. Salah satu tujuan proses sertifikasi halal yaitu memberikan jaminan kehalalan pada produk sehingga aman bagi umat muslim yang mengkonsumsinya (Friska Ester & Sudarsana, 2015).

Menurut Kotler (2007) dalam Setyaningsih & Marwansyah (2019) ada beberapa tahap keputusan pembelian konsumen yaitu:

1. Tahap pengenalan masalah, ini terjadi proses menyadari suatu masalah yang dipicu rangsangan internal atau eksternal.
2. Tahap pencarian informasi, pada tahap ini konsumen mencari dan memperoleh informasi barang dari sumber-sumber yang dibagi menjadi 4 kelompok yaitu pribadi, komersial, publik dan eksperimental.
3. Evaluasi alternatif informasi yang sudah didapatkan.

4. Keputusan pembelian, pada tahap ini konsumen membentuk pilihan diantara merek yang paling populer.
5. Perilaku pasca pembelian

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur sertifikasi halal dalam penelitian ini (Pramintasari & Fatmawati, 2017):

1. Memastikan sertifikasi halal pada sebuah produk.
2. Memastikan sertifikasi halal sebelum memilih restoran atau produk.
3. Sertifikasi halal lebih penting daripada informasi produk.
4. Hanya mengonsumsi produk bersertifikat halal.
5. Mengetahui seperti apa sertifikasi halal/ logo halal.

2.1.3 Kesadaran Halal

Pramintasari & Fatmawati (2017) menjelaskan bahwa kesadaran berarti merasa, mengetahui dan ingat. Sedangkan kesadaran halal adalah mengetahui apa yang baik dan apa yang boleh dikonsumsi menurut aturan di dalam Al-Qur'an dan Hadist. Kesadaran halal adalah kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar tentang sesuatu. Kesadaran halal juga dapat diartikan dengan pemahaman seorang muslim tentang definisi halal, kategori halal dan memprioritaskan dalam mengonsumsi produk halal.

Menurut Pratiwi & Falahi (2023) kesadaran halal adalah pemahaman seorang muslim dalam mengetahui informasi produk halal yang sesuai dengan hukum dan syariat islam. Kesadaran halal dapat diartikan juga sebagai penguasaan seorang muslim mengenai segala aspek yang berhubungan dengan halal haram suatu produk sesuai ajaran syariah yang berlandaskan Al-Quran

dan Hadist terutama dalam segi makanan. Seorang muslim itu paham akan kehalalan makanan cara mendapatkan serta cara menyembelihnya yang baik dan benar, dan juga makanan halal sebagai prioritas utama mereka (Afnan, 2022).

Menurut Khazanah (2023) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kesadaran halal dari konsumen:

1. Religiositas (*religious believe*)
2. Jati diri (*self-identity*)
3. Komponen pemasaran (*marketing mix*)
4. Label jaminan halal (*halal certification*)

Kesadaran halal juga dapat di definisikan sebagai pemahaman kehalalan suatu produk dari seorang konsumen sehingga membuatnya cermat dalam mengkonsumsi suatu produk tersebut (Khazanah, 2023).

Dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal merupakan pemahaman seorang muslim terhadap konsep, proses, dan prinsip halal yang sudah ada dan pada akhirnya mengutamakan konsumsinya. Berikut indikator yang digunakan dalam melakukan pengukuran variabel kesadaran halal pada penelitian ini (Pramintasari & Fatmawati, 2017):

1. Mencari tahu tentang konsep halal.
2. Selalu konsumsi produk yang halal karena keyakinan.
3. Berusaha menghindari produk yang syuhbat (meragukan).
4. Memastikan kehalalan dari komposisi produk.

2.2 Penelitian Yang Relevan

Hasil penelitian terdahulu yang relevan digunakan sebagai acuan dalam pemilihan judul, juga dapat menyempurnakan penelitian sebelumnya. Berikut beberapa hasil penelitian akan dijelaskan secara ringkas karena penelitian ini mengacu hasil penelitian terdahulu. Pada ruang lingkup yang sama namun dilaksanakan pada periode penelitian, waktu, sampel penelitian yang berbeda sehingga banyak hal yang berbeda pula sehingga dapat dijadikan sebagai referensi. Berikut tabel 2.1 menunjukkan hasil penelitian yang relevan.

Tabel 2.1.

Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama Penulis dan Tahun	Metode	Variabel Penelitian	Hasil
1	(Mahdaleni et al., 2022)	Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dengan analisis regresi linier sederhana dari data kuesioner lalu diolah menggunakan SPSS.	1. Sertifikasi halal 2. Keputusan pembelian	Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian chatime mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan melalui gofood.
2	(Nupuspitasari et al., 2022)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian <i>purposive sampling</i> dengan analisis regresi	1. Kesadaran halal 2. Label halal 3. Bahan produk 4. Keputusan pembelian	Hasil pada penelitian ini yaitu adanya pengaruh positif antara kesadaran halal terhadap keputusan pembelian

No	Nama Penulis dan Tahun	Metode	Variabel Penelitian	Hasil
		linier berganda lalu diolah menggunakan SPSS.	ulang	ulang pada body lotion Scarlett Whitening pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3	(Munir et al., 2019)	Pada penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling dengan pengolahan data dibantu dengan SPSS.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan halal 2. Kesadaran halal 3. Label halal 4. Keputusan pembelian 	Hasil pada penelitian ini sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jamu madura.
4	(Setyaningsih & Marwansyah, 2019)	Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dengan pengolahan datanya menggunakan bantuan aplikasi AMOS.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sertifikasi Halal 2. Kesadaran halal 3. Minat keputusan membeli 	Hasil pada penelitian ini yaitu sertifikasi halal dan kesadaran berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian bahan makanan.
5	(A. A. Saputra & Jaharuddin, 2022)	Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan pengolahan datanya dibantu dengan menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sertifikasi halal 2. Kesadaran halal 3. <i>Celebrity Endorse</i> 4. Keputusan pembelian 	Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu sertifikasi halal dan kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Zoya.

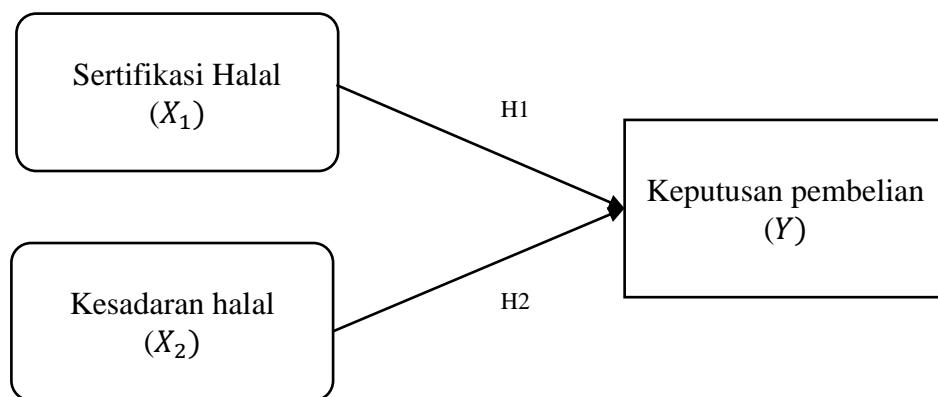
No	Nama Penulis dan Tahun	Metode	Variabel Penelitian	Hasil
		SPSS.		
6	(Mutia et al., 2022)	Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dengan analisis regresi linier sederhana dengan pengolahan datanya dibantu dengan menggunakan SPSS.	1. Kesadaran halal 2. Keputusan pembelian	Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu kesadaran halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
7	(N. Saputra & Tresnati, 2020)	Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data non-probability sampling dengan analisis regresi linier berganda.	1. Kesadaran halal 2. Pengetahuan Produk halal 3. Keputusan pembelian	Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada wisata halal di bali.

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka berfikir adalah konsep yang berisi hubungan antara teori dengan faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2013). Kerangka berfikir menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti secara teoritis. Berdasarkan rumusan masalah, maka hubungan sertifikasi halal,

kesadaran halal dan juga keputusan pembelian ditunjukkan pada Gambar 2.1 berikut.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



2.4 Pengembangan Hipotesa

Hipotesis adalah dugaan sementara tentang perumusan masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji melalui bantuan teori-teori (Sugiyono, 2013). Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea

Penelitian Afnan (2022) menyatakan bahwa sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal. Sedangkan penelitian Surya (2020) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha rempeyek ilham. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh signifikan antara sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea.

2. Pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea

Penelitian Setyaningsih & Marwansyah (2019) menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian (Saputro & Jaharudin, 2022) menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Zoya. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh signifikan antara kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah atau kejadian secara kumulatif dan relevan. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan suatu keadaan dengan akurat serta tepat dengan cara membandingkan dua variabel atau lebih untuk menemukan sebab dan akibat. Penelitian ini dilakukan agar memperoleh informasi lebih luas mengenai suatu fenomena dengan menerapkan pendekatan kuantitatif (Paramita et al., 2021). Pada penelitian ini metode kuantitatif digunakan sebagai alat analisis pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Surakarta.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kota Surakarta. Waktu penelitian dimulai pada bulan November 2022 sampai dengan bulan Mei 2023 sesuai jadwal yang disusun dan terlampir. Hal ini bertujuan agar memaksimalkan hasil dalam penyusunan penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan gabungan suatu objek penelitian yang memiliki karakteristik serupa dan selanjutnya dapat disimpulkan oleh peneliti (Paramita et al., 2021). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan populasi dari

masyarakat Kota Surakarta yang telah melakukan pembelian Mixue Ice Cream and Tea.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian di dalam sebuah populasi pada penelitian, bagian ini dipilih disebabkan oleh banyaknya kasus tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari seluruh populasi (Paramita et al., 2021). Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Mixue Ice Cream and Tea di Surakarta yang berusia 17-40 Tahun dan juga dapat memahami variabel dalam penelitian ini.

Menurut Ferdinand (2014) menentukan sebuah sampel dapat dilakukan dengan rumus berikut:

$$\begin{aligned} N &= (10 \times \text{Jumlah indikator yang digunakan}) \\ &= 10 \times 13 \\ &= 130 \end{aligned}$$

Maka, jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini 10 x 13 indikator yaitu 130 sampel.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan teknik *non-probability sampling*. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengambilan sampel *non-probability* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara sampel diambil tidak secara acak sehingga tidak memberi kesempatan tiap anggota populasi untuk menjadi sampel yang sama. Metode *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan

persyaratan sampel yang diperlukan (Fauzy, 2019). Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sampel merupakan masyarakat Kota Surakarta yang berusia 17-40 tahun.
2. Sudah pernah membeli produk Mixue Ice Cream and Tea minimal 1 kali.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data adalah survei dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana responden diberikan pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala *Likert* sebagai skala pengukuran. Dengan skala *Likert*, variabel yang telah dibentuk kemudian dijadikan indikator variabel yang selanjutnya akan menjadi parameter dalam melakukan penyusunan pernyataan. Indek pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis variabel, yaitu:

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang menurut peneliti akan mempengaruhi variabel yang lain (Paramita et al., 2021). Variabel Independen pada penelitian ini adalah sertifikasi halal yang dilambangkan dengan (X1) dan kesadaran halal yang dilambangkan dengan (X2).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menurut peneliti akan dipengaruhi oleh variabel lain (Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, 2020). Variabel dependen pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian yang dilambangkan dengan (Y).

3.6. Definisi Operasional Variabel

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai variabel dalam penelitian ini maka dijelaskan pada tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1.

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Keputusan pembelian (Y)	Menurut Kotler & Armstrong (2017) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah aktivitas dimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menjual barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.	Berikut indikator menurut Kotler & Armstrong (2017) yang akan digunakan dalam mengukur variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini: 1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk. 2. Memutuskan membeli karena merk yang paling disukai.

Variabel	Definisi	Indikator
		3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. 4. Membeli karena mendapat rekomendasi orang lain.
Sertifikasi halal (X1)	Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis pernyataan kehalalan produk yang sesuai dengan ajaran Islam. Sertifikasi halal juga syarat pencantuman logo halal dalam kemasan produk oleh instansi berwenang saat ini yaitu Badan Penyelenggara Produk Halal (BPJPH) (Segati, 2018).	Indikator sertifikasi halal menurut Pramintasari & Fatmawati (2017): 1. Memastikan sertifikasi halal pada produk. 2. Memastikan sertifikasi halal sebelum memilih restoran maupun produk. 3. Sertifikasi halal lebih penting daripada informasi produk. 4. Hanya akan mengkonsumsi produk yang bersertifikat halal. 5. Mengetahui seperti apa sertifikasi halal/ logo halal.
Kesadaran halal (X2)	Pramintasari & Fatmawati (2017) menjelaskan bahwa kesadaran berarti merasa, tau dan ingat yang sebenarnya. Sedangkan kesadaran halal berarti mengetahui yang baik dan boleh dikonsumsi dan apa yang tidak boleh menurut syariat Islam yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan Hadist.	Indikator kesadaran halat (Pramintasari & Fatmawati, 2017): 1. Mencari referensi mengenai konsep halal. 2. Selalu mengkonsumsi produk halal karena keyakinan. 3. Berusaha menghindari

Variabel	Definisi	Indikator
		produk yang syuhbat/ meragukan. 4. Memastikan kehalalan komposisi produk.

3.7. Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013) analisis kuantitatif merupakan proses dimana data telah dikumpulkan dari responden atau sumber data lainnya. Kinerja analitik data adalah pengelompokan data berdasarkan variabel dan responden serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini dibantu dengan program IBM SPSS 22.

3.7.1. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan alat pengujian sebuah instrumen data penelitian yang berfungsi untuk mengetahui seberapa tepat suatu item dalam melakukan pengukuran. Suatu item dapat dikatakan valid apabila adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, item dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan yang ditunjukkan kepada responden melalui kuesioner untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan metode analisis *Korelasi Pearson*, yaitu untuk dapat mengetahui valid tidaknya sebuah kuesioner dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai r hitung (nilai *pearson correlation*) dengan r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (Purnomo, 2016).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk menguji dan mengukur kepercayaan instrumen kuesioner yang merupakan indikator dari variabel agar dapat mengetahui konsistensi apabila pengukurannya diulang dari waktu ke waktu. Uji Reabilitas digunakan menilai kuesioner yang menjadikan keterangan pada tiap variabel. Uji ini merupakan lanjutan dari uji validitas dimana item yang diuji merupakan item yang valid saja. Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan Cronbach alpha dengan kriteria pengujian, apabila nilai Cronbach Alpha hitung $>$ dari 0.6 maka indikator dinyatakan reliabel dan juga sebaliknya (Ghozali, 2016).

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji model regresi apakah memiliki pengganggu atau residual yang berpengaruh secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat *Asymp.Sig.(2-tailed)* pada hasil uji dengan menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov test (K-S)*. Distribusi Residual dapat dikatakan normal apabila nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* $>$ 0,05 (Purnomo, 2016).

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini merupakan uji hubungan antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara

variabel independen. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) pada model regresi. Apabila nilai VIF <10 dan *Tolerance* >0,1, maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas (Purnomo, 2016).

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016) Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk melakukan pengujian model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian residual antar pengamat atau tidak. Jika varian dan residual antar pengamat tetap maka disebut homoskedastisitas dan apabila sebaliknya dinamakan dengan heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji *scatterplot* dengan SPSS.

Untuk melihat tidak adanya gejala heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SPRESID (nilai residualnya) dan ZPRED (nilai prediksi) apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur maka dikatakan menjadi heteroskedastisitas. Dan sebaliknya apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Purnomo (2016) analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas dan satu variabel terikat. Bentuk umum persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + \epsilon$$

Keterangan:

- Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)
 a, $b_1, b_2, b_3, \dots, b_n$: koefisien regresi
 $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$: variabel bebas
 ϵ : kesalahan pengganggu

3.7.4. Uji Ketepatan Model

1. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Ghozali (2016), uji ini berfungsi mengukur seberapa kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai kecil artinya Kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen terbatas. Bila mendekati satu, berarti variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.

2. Uji F (Anova)

Uji ini berfungsi untuk menguji akurasi model yang dilakukan setelah uji R^2 . Distribusi nilai-F mengarah ke arah positif. Kriteria dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji-F ini adalah:

- a. jika nilai $F > 4$ maka H_0 dapat ditolak dengan tingkat kepercayaan 5%.

Dengan kata lain, kami menerima hipotesis alternatif bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- b. Membandingkan nilai F hitung dengan nilai F sesuai tabel. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan H_A diterima (Ghozali, 2016).

3.7.5. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji ini menunjukkan pengaruh individu variabel penjelas/independen terhadap penjelasan variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi.

H₀: $b_i = 0$, Artinya apakah variabel independen merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Parameter hipotesis alternatif (H_A) dari variabel tersebut tidak nol.

H_A : $b_i \neq 0$, Artinya variabel ini merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

Menurut Ghozali (2016) salah satu cara untuk melakukan uji t adalah membandingkan titik kritis menggunakan tabel. Jika nilai t-statistik hitung lebih besar dibandingkan nilai t-tabel, maka kami menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Berikut ini akan di uraikan hasil mengenai pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea. Informasi data diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner yang dibagikan lewat *link google form* kepada masyarakat yang pernah membeli produk Mixue Ice Cream and Tea di Surakarta. Pada penelitian ini kuesioner dibagikan kepada 130 responden, sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah disajikan dan minat dalam pengujian hipotesis maka tekhnik analisis pada penelitian ini dibantu dengan aplikasi SPSS versi 22.

4.2. Gambaran Karakteristik responden

Pada bagian ini menjelaskan data-data deskriptif mengenai responden. Selain itu juga menggambarkan karakteristik responden yang digunakan sebagai informasi tambahan. Berikut karakteristik responden:

4.2.1. Karakter Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang usia responden pada Tabel 4.1 sebagai berikut.

Tabel 4.1.
Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-22 Tahun	74	56.9	56.9	56.9
	23-27 Tahun	52	40.0	40.0	96.9
	28-32 Tahun	4	3.1	3.1	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan rentang usia 17-22 tahun memiliki jumlah tertinggi dibandingkan dengan usia yang lainnya, yaitu sebanyak 74 responden dengan presentase sebesar 56,9% dari jumlah keseluruhan responden. Untuk responden dengan rentang usia 23-27 tahun sebanyak 52 responden dengan presentase 40%. Selanjutnya responden dengan rentang usia 27-32 tahun sebanyak 4 responden dengan presentase 3,1%. Dari hasil penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen Mixue Ice Cream and Tea mayoritas pada rentang usia 17-22 Tahun.

4.2.2. Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang jenis kelamin responden pada Tabel 4.2 sebagai berikut.

Tabel 4.2.
Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	35	26.9	26.9	26.9
	Perempuan	95	73.1	73.1	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Dari data di atas, menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak yaitu 95 responden dengan presentase sebesar 73,1% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 35 responden dengan presentase sebesar 26,9%. Dapat disimpulkan konsumen Mixue Ice Cream and Tea Mayoritas berjenis kelamin Perempuan.

4.2.3. Karakter Responden Berdasarkan Domisili

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang domisili responden pada Tabel 4.3 sebagai berikut.

Tabel 4.3.
Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili

		Domisili			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Banjarsari	20	15.4	15.4	15.4
	Jebres	52	40.0	40.0	55.4
	Laweyan	22	16.9	16.9	72.3
	Pasar Kliwon	23	17.7	17.7	90.0
	Serengan	13	10.0	10.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan domisili Jebres memiliki jumlah tertinggi dibanding responden dengan domisili lainnya yaitu 52 responden dengan presentase sebesar 40% dari keseluruhan responden. Untuk responden domisili Banjarsari sebanyak 20 responden dengan presentase sebesar 15,4%. Selanjutnya responden domisili Laweyan sebanyak 22 responden dengan presentase sebesar 16,9%. Responden domisili Pasar Kliwon sebanyak 23 responden dengan presentase sebesar 17,7%. Sedangkan

responden domisili Serengan paling sedikit yaitu 13 responden dengan presentase sebesar 10%. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen produk Mixue Ice Cream and Tea mayoritas berdomisili di Jebres.

4.2.4. Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang Pekerjaan responden pada Tabel 4.4 sebagai berikut.

Tabel 4.4.
Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guru	2	1.5	1.5	1.5
	Ibu Rumah Tangga	3	2.3	2.3	3.8
	Karyawan Swasta	38	29.2	29.2	33.1
	Pelajar / Mahasiswa	85	65.4	65.4	98.5
	Perawat	2	1.5	1.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa memiliki jumlah tertinggi sebanyak 85 responden dengan presentase sebesar 65,4% dari jumlah keseluruhan responden. Lalu responden dengan pekerjaan karyawan swasta sebanyak 38 responden dengan presentase sebesar 29,2%. Responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 3 responden dengan presentase sebesar 2,3%. Sedangkan responden dengan pekerjaan suru dan perawat memiliki jumlah responden yang sama yaitu 2 responden dengan presentase sebesar 1,5%. Dari penjabaran diatas

dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa.

4.2.5. Karakter Responden Berdasarkan Pernah Membeli Produk Mixue Ice Cream and Tea

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang pembelian produk responden pada Tabel 4.5 sebagai berikut.

Tabel 4.5.
Frekuensi Responden Berdasarkan Pernah Membeli

Apakah anda pernah membeli produk Mixue Ice Cream and Tea					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	130	100.0	100.0	100.0

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa responden yang pernah membeli Mixue Ice Cream and Tea berjumlah 130 responden dengan presentase 100% yang artinya seluruh responden pernah melakukan pembelian Mixue Ice Cream and Tea.

4.3. Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.3.1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini uji yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan pada 3 variabel yaitu sertifikasi halal, kesadaran halal, dan keputusan pembelian. Teknik yang digunakan adalah *korelasi pearson* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan

skor total. Teknik ini membandingkan nilai r hitung (nilai *pearson correlation*) dengan r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data $(n)=30$, $df= n-2$, $df=30-2$ maka r tabel didapat sebesar 0,3610. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan valid dan sebaliknya (Purnomo, 2016). Hasil ditunjukkan pada Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Sertifikasi Halal	X11	0,498	0,3610	Valid
	X12	0,720	0,3610	Valid
	X13	0,429	0,3610	Valid
	X14	0,475	0,3610	Valid
	X15	0,610	0,3610	Valid
Kesadaran Halal	X21	0,628	0,3610	Valid
	X22	0,752	0,3610	Valid
	X23	0,367	0,3610	Valid
	X24	0,662	0,3610	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0,709	0,3610	Valid
	Y2	0,613	0,3610	Valid
	Y3	0,595	0,3610	Valid
	Y4	0,713	0,3610	Valid

Dari hasil uji validitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel memiliki nilai r hitung $>$ r tabel artinya indikator yang digunakan pada ketiga variabel dapat dipercaya menjadi alat ukur.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas digunakan menilai kuesioner yang menjadikan keterangan pada tiap variabel. Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan Cronbach

alpha dengan kriteria pengujian, apabila nilai Cronbach Alpha hitung > dari 0.6 maka indikator dinyatakan reliabel dan juga sebaliknya (Ghozali, 2016). Hasil dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar reliabel	Keterangan
Sertifikasi Halal	0,699	0,6	Reliabel
Kesadaran Halal	0,715	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,755	0,6	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari ($> 0,6$) yang artinya indikator yang digunakan pada ketiga variabel dapat dipercaya menjadi alat ukur.

4.3.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk memeriksa model regresi apakah valid atau tidak. Dapat dibuktikan dengan melihat nilai signifikansi uji kolmogorov-smirnov apabila $> 0,05$ maka data terdistribusi normal dan sebaliknya (Purnomo, 2016). Tabel 4.8 berikut merupakan hasil perhitungan uji normalitas pada penelitian ini.

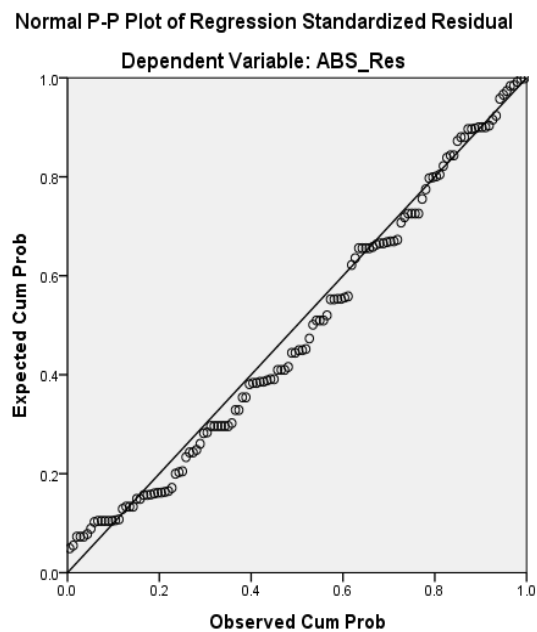
Tabel 4.8.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	130

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53095266
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.059
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200 sehingga dapat diartikan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual telah terdistribusi normal.

Gambar 4. 1
Grafik Plot Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan pada gambar diatas, pada gambar 4.1 terlihat bahwa titik-titik yang ada mendekati garis diagonal jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model fit atau baik dan dapat dinyatakan pula bahwa distribusi data residual normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji untuk melihat adanya korelasi variabel independen pada model regresi. Uji ini dapat dilihat melalui nilai tolerance dan nilai VIF. Apabila nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,10$ maka terjadi gejala multikolinearitas (Purnomo, 2016). Tabel 4.9 berikut ini merupakan hasil perhitungan uji multikolinearitas pada penelitian ini.

Tabel 4.9.
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.376	1.958		4.277	.000		
	sertifikasi halal(X1)	.114	.075	.127	1.529	.129	.944	1.060
	kesadaran halal(X2)	.372	.084	.369	4.453	.000	.944	1.060

a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai tolerance dan VIF sertifikasi halal sebesar 0,944 dan nilai VIF sebesar 1,060, kesadaran halal nilai tolerancinya sebesar 0,944 dan nilai VIF nya 1,060. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini tidak ada gejala multikolinearitasnya artinya variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal dinyatakan bebas dari

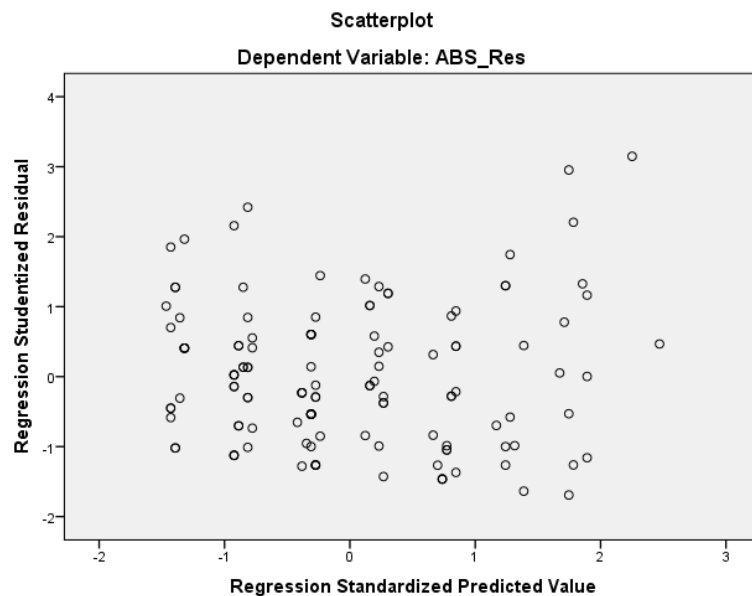
gejala multikolinearitas dalam analisis regresi dan memenuhi syarat untuk melakukan analisis regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini berfungsi untuk mengetahui pengujian model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian residual antar pengamat atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk melihat tidak adanya gejala heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot antara SPRESID (nilai residualnya) dan ZPRED (nilai prediksi) apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur maka dikatakan menjadi heteroskedastisitas. Dan sebaliknya apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Gambar 4. 2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar *Scatterplot* di atas, menunjukkan bahwa titik-titik pada pola grafik menyebar secara acak diatas atau dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yaitu sertifikasi halal, kesadaran halal terhadap keputusan pembelian tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

4.3.3. Hasil Uji Ketepatan Model

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini berfungsi mengukur seberapa kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai kecil artinya Kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen terbatas. Bila uji ini digunakan mendekati satu, berarti variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil pengujian ditunjukkan pada Tabel 4.11. berikut.

Tabel 4.10.
Hasil Uji R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.418 ^a	.175	.162	1.543
a. Predictors: (Constant), kesadaran halal(X2), sertifikasi halal(X1)				
b. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)				

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,162 yang dapat berarti variasi variabel keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu sertifikasi halal dan kesadaran halal sebesar 16,2% sedangkan sisanya dijelaskan diluar penelitian.

2. Uji F

Uji ini berfungsi untuk menguji akurasi model yang dilakukan setelah uji R^2 . Distribusi nilai-F mengarah ke arah positif. Uji ini dapat dilihat dari nilai sig. = 0,05 dan kriteria pengambilan keputusan dengan membandingkan F hitung dan F tabel, jika F hitung > F tabel maka semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil dari uji f ditunjukkan pada Tabel 4.12 berikut.

Tabel 4.11.
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.078	2	32.039	13.458	.000 ^b
	Residual	302.352	127	2.381		
	Total	366.431	129			
a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)						
b. Predictors: (Constant), kesadaran halal(X2), sertifikasi halal(X1)						

Dari perhitungan di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 13,458 dengan nilai sig. 0,000. Untuk menentukan nilai F tabel sebelumnya menentukan df1 dan df2 terlebih dahulu dengan nilai sig. 0,05. Dimana df1 diperoleh dari (jumlah variabel 1) dan df2 diperoleh dari (n-jumlah variabel) yaitu $130-3=127$ dengan n adalah jumlah responden.

F tabel diperoleh = 3,07 sehingga nilai F hitung > F tabel ($13,458 > 3,07$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat ditarik kesimpulan variabel-variabel independen yaitu sertifikasi halal dan kesadaran halal secara simultan bersama-

sana berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea.

4.3.4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis linier berganda dengan menggunakan skala pengukuran yang sifatnya kuantitatif atau numerik baik untuk variabel dependen dan independen. Tabel 4.13 berikut ini merupakan hasil dari analisis linier berganda.

Tabel 4.12.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.376	1.958		4.277	.000
	sertifikasi halal(X1)	.114	.075	.127	1.529	.129
	kesadaran halal(X2)	.372	.084	.369	4.453	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

$$Y = 8,376 + 0,114 X1 + 0,372 X2 + \epsilon$$

Dari hasil analisis di atas dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Konstanta memiliki nilai 8,376 berarti saat nilai skor independen (sertifikasi halal dan kesadaran halal) sama dengan nol, maka tingkat keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea sebesar 8,376.
2. Koefisien sertifikasi halal (X1) sebesar 0,114, jika sertifikasi halal mengalami peningkatan, maka keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea akan mengalami peningkatan pada nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 0,114

3. Koefisien kesadaran halal (X2) sebesar 0,372, jika variabel harga mengalami peningkatan, maka keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea akan mengalami peningkatan pada nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 0,372.

4.3.5. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Uji statistik t atau uji t dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variable dependen. Jika nilai t hitung $>$ t table maka dinyatakan variable independen secara individual memiliki pengaruh pada variabel dependen. Juga dapat dilihat melalui tabel coefficient pada kolom sig. jika nilai sig. $>$ 0,05 maka tidak terdapat pengaruh antara variable independen secara individual terhadap variable dependen (Ghozali, 2016). Tabel 4.14 berikut menunjukkan hasil dari uji t variable sertifikasi halal dan kesadaran halal.

Tabel 4.13.
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.376	1.958		4.277	.000
	sertifikasi halal(X1)	.114	.075	.127	1.529	.129
	kesadaran halal(X2)	.372	.084	.369	4.453	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)

Untuk menentukan t tabel adalah dengan $Df = (n-k-1)$. Jadi didapat perhitungan $Df = (130-3-1) = 127$. Dengan demikian nilai t tabel yang di dapat adalah 1,65694. Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa variabel

sertifikasi halal memiliki nilai t hitung 1,529 dan signifikansi sebesar 0,129, jika dibandingkan nilai t tabel 1,65694 maka t hitung $<$ t tabel dan nilai sig. $0,129 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Nilai t hitung positif menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal mempunyai hubungan yang searah dengan variabel keputusan pembelian. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel sertifikasi halal memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel kesadaran halal memiliki nilai t hitung 4,453 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, jika dibandingkan nilai t tabel 1,65694 maka t hitung $>$ t tabel dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t hitung positif menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal mempunyai hubungan searah dengan variabel keputusan pembelian. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.4. Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis)

4.4.1. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji Hipotesis menunjukkan nilai t hitung variabel sertifikasi halal sebesar 1,529 dengan signifikansi $0,129 > 0,05$. Dari nilai tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel sertifikasi halal berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut berarti bahwa apabila suatu produk memperoleh sertifikasi halal, maka keputusan pembelian produk tersebut akan meningkat.

Indikator pengukuran sertifikasi halal pada penelitian ini mengacu pada pengetahuan konsumen terhadap sertifikasi halal suatu produk. Meskipun begitu, pada *outlet* Mixue Ice Cream and Tea di Kota Surakarta pengaruh sertifikasi halal terbukti tidak signifikan atau kecil pengaruhnya. Terbukti ketika sertifikasi halal Mixue Ice Cream and Tea belum diterbitkan atau belum keluar secara resmi, gerai Mixue tetap banyak dikunjungi oleh masyarakat yang melakukan pembelian. Di sisi lain, setelah dikeluarkannya sertifikat halal oleh BPJPH, saat ini konsumen Mixue Ice Cream and Tea semakin bertambah.

Karena rata-rata konsumen Mixue Ice Cream and Tea adalah dewasa muda, mengetahui pentingnya sertifikasi halal namun terkadang demi mengikuti tren dan juga rasa ingin tahu yang tinggi akhirnya konsumen tetap melakukan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea meskipun belum terbit sertifikasi halal (studi sebelum sertifikasi keluar). Dari contoh tersebut, maka disimpulkan sertifikasi halal pengaruhnya tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. sertifikasi halal berpengaruh positif namun tidak signifikan maka dari itu perusahaan Mixue dapat menguatkan promosi atau komunikasi dengan pelanggan. Selain itu, setelah sertifikat halal keluar, maka harus dapat dipertahankan dan diperpanjang secara berkala, karena memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian ke depannya.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh A. A. Saputra & Jaharuddin (2022) menyatakan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga tidak mendukung penelitian sebelumnya Mahdaleni et

al. (2022) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian chatime mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan melalui gofood.

4.4.2. Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung variabel kesadaran halal sebesar 4,453 dengan signifikansi 0,000. Dari nilai tersebut dapat ditarik kesimpulan diketahui bahwa secara parsial variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut berarti bahwa apabila kesadaran halal suatu produk semakin tinggi, maka keputusan pembelian produk tersebut juga meningkat.

Indikator pengukuran kesadaran halal pada penelitian ini mengacu pada keyakinan konsumen terhadap status halal suatu produk. Konsumen Mixue Ice Cream and Tea menyadari bahwa status halal adalah penting, terbukti dari upaya konsumen mempertanyakan status halal produk, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Konsumen aktif mencari referensi mengenai status halal dan memiliki keyakinan bahwa bahan baku pembuatan es krim dan minuman yang diproduksi oleh Mixue Ice Cream and Tea adalah halal, sehingga tetap berani melakukan pembelian produk meskipun sertifikasi halal belum keluar (hingga awal tahun ini). Upaya yang dilakukan Mixue Ice Cream and Tea dalam membangun kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap status halal produk Mixue Ice Cream and Tea yaitu dengan membagikan informasi kehalalan dan sertifikasi produk melalui media sosial Instagram sejak terbitnya sertifikasi halal.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setyaningsih & Marwansyah (2019) menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nupuspitasari et al, (2022) kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang *body lotion* Scarlett Whitening pada mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Secara parsial sertifikasi halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Surakarta.
2. Secara parsial kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Surakarta.
3. Secara simultan variabel-variabel independen yaitu sertifikasi halal (X1) dan kesadaran halal (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Surakarta.

5.2. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki kontribusi terhadap wawasan tentang bagaimana konsumen Muslim dan non-Muslim sadar akan logo halal dan produk makanan halal. Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan produk halal agar lebih menarik.

2. Penelitian ini diharapkan memperluas literatur terkait kajian halal yang dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya. Studi ini memungkinkan peneliti untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan dengan membandingkan konsumen Muslim dan non-Muslim terhadap pembelian produk makanan halal di masa depan.

5.3. Saran

Saran yang diberikan setelah dilakukan penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagi peneliti selanjutnya, Diharapkan agar dapat menambah variabel dan juga jumlah responden agar lebih dapat mencakup tujuan penelitian.
2. Bagi konsumen, diharapkan agar lebih memperhatikan kehalalan suatu produk sebelum melakukan keputusan pembelian agar mendapatkan manfaat dari produk tersebut.
3. Bagi pelaku usaha, untuk menyadari bahwa pentingnya produk halal dan mempersiapkan permohonan sertifikasi halal pada produk yang dibuatnya guna memberikan kepastian dan perlindungan terhadap konsumen yang mengkonsumsinya serta meningkatkan daya jual produk di pasaran. Selain itu penulis juga berharap agar pelaku usaha tetap konsisten menjaga kehalalannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Tamara. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera). In *Skripsi*.
- Afnan, M. K. (2022). *Pengaruh Sertifikasi, Kesadaran, Dan Religiusitas, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Geprek Sa'i Salatiga)*.
- Apriyani, N. N. (2023). *Es Krim Mixue Membuat Heboh Masyarakat, Ada Apa?* Jurnalpost.
- Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa. (2016). *Kbbi Daring*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Fauzy, A. (2019). Metode Sampling. In *Molecules* (2nd Ed., Vol. 9, Issue 1). Universitas Terbuka.
<http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/jppp/article/download/83/65>
<http://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L603546864%5c>
<http://dx.doi.org/10.1155/2015/420723>
<http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsitesisi Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Diponegoro.
- Friska Ester, & Sudarsana, I. K. S. (2015). Peranan Sertifikasi Halal Bagi Konsumen Dalam Aspek Perlindungan Konsumen. *Ester, Friska Sudarsana, I Ketut Sandi*, 3(2), 1–5.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Diponegoro.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, Dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif. In H. Abadi (Ed.), *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April). Pustaka Ilmu.
- Hartatie, E. S. (2011). Kajian Formulasi (Bahan Baku, Bahan Pemantap) Dan Metode Pembuatan Terhadap Kualitas Es Krim. *Jurnal Gamma*, 7(1), 20–26.
- Kasih, A. T., Dewi, N. A. S., Budiyaniti, K., Damayanti, A. P., & Khasanah, V. F. (2022). *Pengaruh Kemasan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mixue*. 1–16.
- Khazanah. (2023). *Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran Halal Di Indonesia*. Pusat Halal Universitas Airlangga.

[https://Halal.Unair.Ac.Id/Blog/2018/09/05/Beberapa-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Kesadaran-Halal-Di-Indonesia/#:~:Text=Berdasarkan Beberapa Penelitian%2c Diantara Faktor,Jaminan Halal \(Halal Certification\).](https://Halal.Unair.Ac.Id/Blog/2018/09/05/Beberapa-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Kesadaran-Halal-Di-Indonesia/#:~:Text=Berdasarkan+Beberapa+Penelitian%2c+Diantara+Faktor,Jaminan+Halal+(Halal+Certification).)

- Khoeron, M. (2022). *Bagaiman Sinergi Bpjph, Lph, Dan Mui Dalam Sertifikasi Halal? Ini Penjelasan Kemenag*.
[https://Www.Kemenag.Go.Id/Read/Bagaimana-Sinergi-Bpjph-Lph-Dan-Mui-Dalam-Sertifikasi-Halal-Ini-Penjelasan-Kemenag-Orvw4#:~:Text=Sedangkan Sertifikat Halal Yang Diterbitkan,Halal Dari Bpjph%2c](https://Www.Kemenag.Go.Id/Read/Bagaimana-Sinergi-Bpjph-Lph-Dan-Mui-Dalam-Sertifikasi-Halal-Ini-Penjelasan-Kemenag-Orvw4#:~:Text=Sedangkan+Sertifikat+Halal+Yang+Diterbitkan,Halal+Dari+Bpjph%2c)” Tandasnya.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing, Seventeenth Edition*. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. In *Agrekon* (Vol. 11, Issue 1).
<https://Doi.Org/10.1080/03031853.1972.9523871>
- Mahdaleni, D., Nasution, A. W., & Harahap, A. F. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan Melalui Gofood*. 361–368.
- Munir, M., Hidayat, K., Fakhry, M., & Mu'tamar, M. F. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness) Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura. *Agroindustrial Technology Journal*, 3(2), 95. <https://Doi.Org/10.21111/Atj.V3i2.3858>
- Mutia, J. A., Ali, S., Harori, M. I., Bisnis, A., & Lampung, U. (2022). *Pembelian Produk Personal Care Studi Eksperimen Pada Mahasiswa Universitas Lampung Analysis Of The Effect Of Halal Awareness On Personal Care Product Purchase Decisions. 1*.
- Nupuspitasari, D. A., Hardinawati, L. U., & Subagio, N. A. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal, Label Halal, Dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Body Lotion Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember. *Repository Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*, 1(37).
[https://Repository.Unej.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/108434/Repository Skripsi-Diah Ayu.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](https://Repository.Unej.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/108434/Repository+Skripsi-Diah+Ayu.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)
- Nurdin, Muh Syarif. (2020). *Sertifikasi Produk Halal Oleh Bpjph Diy Dengan Pendekatan Ekonomi Politik Perspektif Maqasid Syariah*. 18913053, 1–66.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Ketiga). Widya Gama Press. Www.Rosda.Co.Id
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik*

Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Undang – Undang Republik Indonesia, 1*, 1–40.

- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33. <https://Journal.Umy.Ac.Id/Index.Php/Mb/Article/View/3922/3384>
- Pratiwi, Dwi Putri, & Falahi, A. (2023). *Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. 1*, 1–13.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss. In P. C. Ambarwati (Ed.), *Cv. Wade Group* (1st Ed.). Wade Group.
- Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1521. <https://doi.org/10.35931/Aq.V16i4.1185>
- Saputra, N., & Tresnati, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wisata Halal Di Bali. *Prosiding Manajemen*, 6(1), 47–49. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/19580/pdf>
- Saputro, A. A., & Jaharudin. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj)*. 16(4), 1521–1535.
- Segati, A. (2018). *Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan*.
- Setyaningsih, Eka Dyah, & Marwansyah, S. (2019). The Effect Of Halal Certification And Halal Awareness Through Interest In Decisions On Buying Halal Food Products. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 3(3), 64–79. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.V3i3.1173>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Center Of Academic Publishing Service.
- Surya, R. (2020). *Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha)*.

- Syahputra, E. (2023). *Sah! Mui Nyatakan Produk Mixue Halal Dan Suci*. Cncbundonesia.Com.
[https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230217081226-33-414584/sah-mui-nyatakan-produk-mixue-halal-dan-suci#:~:Text=%22bahan Produk Mixue Telah Memenuhi,17%2f2%2f2023\)](https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230217081226-33-414584/sah-mui-nyatakan-produk-mixue-halal-dan-suci#:~:Text=%22bahan%20produk%20mixue%20telah%20memenuhi%2C17%2f2%2f2023%20%22).
- Warto, & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia. *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>

Lampiran II. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA DI KOTA SURAKARTA

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian untuk menyusun skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta. Dengan segala hormat dan kerendahan hati, saya mohon bantuan kepada saudara/I untuk mengisi kuesioner penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream and Tea di Kota Surakarta”**.

Data yang saya peroleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini sehingga akan terjamin kerahasiaannya sesuai dengan etika penelitian. Atas kesediaan dan perhatian saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wasalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya

Indiyah Fitriyani

IDENTITAS RESPONDEN

Isilah data responden berikut ini:

1. Nama : _____
2. Usia : a. 17-22 Tahun c.28-32 Tahun
5. 23-27 Tahun d. 32-40 Tahun
3. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan
4. Pekerjaan : a. Pelajar / Mahasiswa c. Karyawan swasta
b. PNS d. Lainnya
5. Domisili : a. Banjarsari d. Pasar Kliwon
b. Jebres e. Serengan
c. Laweyan

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berikut ini terdapat beberapa pernyataan. Baca dan pamilah secara seksama kemudian berikan respon anda dengan memberikan tanda centang (\checkmark) pada lembar yang telah disediakan.

Pilihan Jawaban	Keterangan
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
N	Netral
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

SERTIFIKASI HALAL

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu memastikan adanya sertifikasi halal sebelum membeli produk Mixue Ice Cream and Tea.					
2	Saya selalu memastikan adanya sertifikasi halal pada <i>outlet</i> Mixue Ice Cream and Tea.					
3	Saya lebih cenderung memilih produk bersertifikasi halal daripada produk yang tidak memiliki logo.					
4	Saya hanya akan mengonsumsi produk dengan bersertifikasi halal.					
5	Saya mengetahui sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh BPJPH.					

KESADARAN HALAL

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mencari informasi kehalalan produk Mixue Ice Cream and Tea sebelum melakukan pembelian.					
2	Saya mengonsumsi produk halal karena mengikuti ajaran agama Islam.					
3	Saya menghindari mengonsumsi produk yang belum jelas kehalalannya.					
4	Saya mencari informasi apakah bahan-bahan yang digunakan oleh Mixue Ice Cream and					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Tea halal.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mantap ketika membeli produk Mixue Ice Cream and Tea setelah mengetahui informasi produknya.					
2	Saya memutuskan membeli produk Mixue Ice Cream and Tea karena merk yang saya sukai.					
3	Saya membeli produk Mixue Ice Cream and Tea karena keinginan dan kebutuhan saya.					
4	Saya membeli produk Mixue Ice Cream and Tea karena rekomendasi orang lain.					

Link g-form : <https://bit.ly/PenelitianMixueIceCreamandTea>

Lampiran III. Data Penelitian

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Domisili	Pekerjaan
1	Avianna Nisa Faradita	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
2	Hanin Sofi	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Pelajar / Mahasiswa
3	Sapto Ajie	17-22 Tahun	Laki-laki	Jebres	Karyawan Swasta
4	Sawitri Wulandari	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Karyawan Swasta
5	Diyah Siti Fauziah	17-22 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
6	Rizki Eka Putra	23-27 Tahun	Laki-laki	Laweyan	Karyawan Swasta
7	Indrianto	17-22 Tahun	Laki-laki	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
8	Sugito	17-22 Tahun	Laki-laki	Serengan	Pelajar / Mahasiswa
9	Eviliana	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
10	Imta'ul Asmak	17-22 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
11	Melly Ayu	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
12	Nisa	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
13	Ayu Mayang Sari	23-27 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Ibu Rumah Tangga
14	Krisna Murti	23-27 Tahun	Laki-laki	Banjarsari	Karyawan Swasta
15	Lisa Dwi Novitasari	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Karyawan Swasta
16	Desy Ardiana Putri	17-22 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
17	Agus	23-27 Tahun	Laki-laki	Banjarsari	Karyawan Swasta
18	Tri Wiyanto	23-27 Tahun	Laki-laki	Jebres	Karyawan Swasta
19	Arfina	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
20	Intanna	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
21	Rizka	17-22 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
22	Nurnuha	17-22 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
23	Devi Nur Prihatin	17-22	Perempuan	Pasar	Pelajar /

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Domisili	Pekerjaan
		Tahun		Kliwon	Mahasiswa
24	Nadia Shafa	17-22 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
25	Noor Indah C	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
26	Hidayati Latifah	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
27	Zaskia Aurelia	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Pelajar / Mahasiswa
28	Rahma Zakiyah	17-22 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
29	Ayu Anggita Sari	17-22 Tahun	Perempuan	Serengan	Pelajar / Mahasiswa
30	Aldi Purwanto	17-22 Tahun	Laki-laki	Serengan	Pelajar / Mahasiswa
31	Piwan Surya Bintara	23-27 Tahun	Laki-laki	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
32	Heri Kiswanto	17-22 Tahun	Laki-laki	Pasar Kliwon	Karyawan Swasta
33	Dini Mahendra	17-22 Tahun	Laki-laki	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
34	Putri Novita Sari	23-27 Tahun	Perempuan	Laweyan	Pelajar / Mahasiswa
35	Danang A	17-22 Tahun	Laki-laki	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
36	Ema Zulfika Putri	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Pelajar / Mahasiswa
37	Uma Ulyana Farida	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Pelajar / Mahasiswa
38	Amal	17-22 Tahun	Perempuan	Serengan	Pelajar / Mahasiswa
39	Annisa	17-22 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Pelajar / Mahasiswa
40	Muhandisa Tamaruni	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
41	Nurul Mardhiyah	17-22 Tahun	Perempuan	Serengan	Pelajar / Mahasiswa
42	Salma Rohmatush Sholihah	17-22 Tahun	Perempuan	Serengan	Pelajar / Mahasiswa
43	Intan Nur Asyifa	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
44	Indana Anida	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
45	Nisita	23-27 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Pelajar / Mahasiswa
46	Amanda	17-22 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Pelajar / Mahasiswa

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Domisili	Pekerjaan
47	Faradila Maylani	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Pelajar / Mahasiswa
48	Aliffiyah Dewi	17-22 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Perawat
49	Lilis Waryanti	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
50	Muhammad Aldi An	23-27 Tahun	Laki-laki	Laweyan	Guru
51	Intan Rizky Khusnul Kotimah	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Perawat
52	Anesya	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Pelajar / Mahasiswa
53	Tika Tifani	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
54	Gunawan Selomukti Setiyono	23-27 Tahun	Laki-laki	Jebres	Karyawan Swasta
55	Musthofa	17-22 Tahun	Laki-laki	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
56	Fani	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Pelajar / Mahasiswa
57	Nanik Rahayu	23-27 Tahun	Perempuan	Laweyan	Karyawan Swasta
58	Topik Fitriyanto	17-22 Tahun	Laki-laki	Banjarsari	Karyawan Swasta
59	Afifah	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
60	Artika Bella	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
61	Salsabila H	17-22 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
62	Fatimah	17-22 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
63	Keisya	17-22 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Karyawan Swasta
64	Debby	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Karyawan Swasta
65	Pradita Hefi Yunipratiwi	17-22 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Karyawan Swasta
66	Intan Kusuma W	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Karyawan Swasta
67	Hajjar Nur Khasanah	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
68	Ika Fauziyyah Ramadhani	23-27 Tahun	Perempuan	Serengan	Karyawan Swasta
69	Julia	28-32 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Karyawan Swasta
70	Frinkan Mega Pratiwi	17-22	Perempuan	Laweyan	Pelajar /

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Domisili	Pekerjaan
		Tahun			Mahasiswa
71	Selsilia R.N.A	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Karyawan Swasta
72	Yulia	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Karyawan Swasta
73	Prasetya	23-27 Tahun	Laki-laki	Banjarsari	Pelajar / Mahasiswa
74	Latri Nur Hayani	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Karyawan Swasta
75	Diah Febriyani	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
76	Febry Pamungkas	23-27 Tahun	Laki-laki	Laweyan	Karyawan Swasta
77	Chusnul	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
78	Tri Lestari	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
79	Briliant Tolia	23-27 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Karyawan Swasta
80	Khasanah	17-22 Tahun	Perempuan	Laweyan	Pelajar / Mahasiswa
81	Yahya Fathoni	23-27 Tahun	Laki-laki	Pasar Kliwon	Karyawan Swasta
82	Khaerul	23-27 Tahun	Laki-laki	Serengan	Pelajar / Mahasiswa
83	Mohammad Zaedan	23-27 Tahun	Laki-laki	Jebres	Karyawan Swasta
84	Dilla	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
85	Yunita	28-32 Tahun	Perempuan	Jebres	Guru
86	Nugraha	23-27 Tahun	Laki-laki	Laweyan	Karyawan Swasta
87	Anna	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Karyawan Swasta
88	Anggia	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
89	Wahyu Dian	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
90	Anggraeni	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
91	Anggita	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
92	Noviyanti	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
93	Rifki A K	23-27 Tahun	Laki-laki	Laweyan	Karyawan Swasta

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Domisili	Pekerjaan
94	Rahmat Irawan Laksmana	23-27 Tahun	Laki-laki	Jebres	Karyawan Swasta
95	Baharudin Setiaji	23-27 Tahun	Laki-laki	Laweyan	Karyawan Swasta
96	Lintang Ari	23-27 Tahun	Laki-laki	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
97	Fadilah Putri	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
98	Wandira	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
99	Nining Puji Astuti	28-32 Tahun	Perempuan	Jebres	Ibu Rumah Tangga
100	Azifah	23-27 Tahun	Perempuan	Laweyan	Karyawan Swasta
101	Zulfi	17-22 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Pelajar / Mahasiswa
102	Silfiana Fatma	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
103	Wulan Sari	23-27 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Pelajar / Mahasiswa
104	Danendra Yuda	17-22 Tahun	Laki-laki	Banjarsari	Pelajar / Mahasiswa
105	Sita	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
106	Wahyu Nur	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
107	Rachmawati	23-27 Tahun	Perempuan	Laweyan	Karyawan Swasta
108	Huda	17-22 Tahun	Laki-laki	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
109	Bayu Aji	17-22 Tahun	Laki-laki	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
110	Rifka Putri	17-22 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Pelajar / Mahasiswa
111	Agustina Diah Permata	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
112	Lulia	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
113	Ratna Sari	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
114	Fitri Renata	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
115	Safitri Wulandari	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Karyawan Swasta
116	Afrizal Kurniawan Santoso	23-27 Tahun	Laki-laki	Serengan	Pelajar / Mahasiswa
117	Nanda Ira Rahmawati	23-27	Perempuan	Serengan	Pelajar /

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Domisili	Pekerjaan
		Tahun			Mahasiswa
118	Zuliana Safitri	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
119	Hanifah D F	17-22 Tahun	Perempuan	Serengan	Pelajar / Mahasiswa
120	Larissa Fauziyah	23-27 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
121	Arin Oktaviani	17-22 Tahun	Perempuan	Banjarsari	Pelajar / Mahasiswa
122	Madu Eka Taria	17-22 Tahun	Perempuan	Jebres	Pelajar / Mahasiswa
123	Deva Nur Setiana	17-22 Tahun	Perempuan	Serengan	Ibu Rumah Tangga
124	Uswatun Khasanah	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Karyawan Swasta
125	Muhammad Rajhu	23-27 Tahun	Laki-laki	Banjarsari	Karyawan Swasta
126	Dwi Andriana	23-27 Tahun	Perempuan	Pasar Kliwon	Pelajar / Mahasiswa
127	Agung	28-32 Tahun	Laki-laki	Laweyan	Karyawan Swasta
128	Bagas	23-27 Tahun	Laki-laki	Jebres	Karyawan Swasta
129	Fauzan Daffa Mutaqin	23-27 Tahun	Laki-laki	Banjarsari	Karyawan Swasta
130	Hendro	23-27 Tahun	Laki-laki	Serengan	Karyawan Swasta

Lampiran IV. Rekapitan Data Kuesioner

Sertifikasi Halal

No	X11	X12	X13	X14	X15	TOTAL
1	5	5	4	5	5	24
2	4	5	5	4	5	23
3	4	5	5	5	4	23
4	4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	4	4	23
7	5	4	4	5	4	22
8	4	5	4	5	5	23
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	5	5	4	22
11	5	5	5	5	4	24
12	5	5	5	5	3	23
13	5	5	5	4	4	23
14	5	5	4	4	5	23
15	5	4	4	4	3	20
16	4	4	5	5	5	23
17	5	5	5	5	4	24
18	5	5	5	4	4	23
19	5	4	5	5	4	23
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	5	4	4	21
22	5	5	5	4	4	23
23	5	4	5	5	4	23
24	5	5	5	5	5	25
25	4	5	5	5	5	24
26	5	5	5	4	5	24
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	4	5	24
29	4	5	4	5	4	22
30	5	5	4	5	5	24
31	5	5	5	4	4	23
32	4	4	5	5	4	22
33	5	4	5	4	4	22
34	4	4	5	4	4	21
35	4	4	4	4	3	19
36	5	5	5	5	5	25

No	X11	X12	X13	X14	X15	TOTAL
37	3	3	5	3	5	19
38	4	4	4	4	4	20
39	4	3	5	4	3	19
40	2	3	5	5	4	19
41	3	3	4	4	5	19
42	4	4	4	4	5	21
43	4	4	4	4	5	21
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	5	5	4	22
46	4	4	4	4	5	21
47	4	4	4	4	4	20
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	5	5	4	22
50	4	4	4	4	4	20
51	5	5	5	5	4	24
52	3	4	3	4	5	19
53	5	5	4	3	5	22
54	5	5	5	5	4	24
55	5	5	5	5	5	25
56	4	4	5	4	5	22
57	5	5	4	4	5	23
58	5	4	4	4	5	22
59	4	5	5	5	5	24
60	4	4	4	4	5	21
61	4	3	3	4	5	19
62	4	5	5	5	5	24
63	4	4	5	5	5	23
64	4	4	5	4	4	21
65	5	5	5	5	5	25
66	5	4	5	4	5	23
67	3	3	4	3	5	18
68	4	4	5	5	5	23
69	5	5	5	4	5	24
70	4	5	5	4	5	23
71	5	5	5	5	5	25
72	5	4	4	5	5	23
73	5	5	3	5	5	23
74	3	3	3	4	5	18
75	5	4	5	5	4	23
76	4	5	5	5	4	23
77	5	5	5	5	5	25
78	4	5	4	5	4	22
79	4	4	5	4	4	21

No	X11	X12	X13	X14	X15	TOTAL
80	4	4	3	4	4	19
81	5	5	5	4	5	24
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	5	5	25
84	4	3	4	4	4	19
85	4	5	4	4	5	22
86	5	4	4	4	5	22
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	4	5	24
89	4	4	4	4	5	21
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	4	24
92	5	5	5	5	4	24
93	5	5	5	4	5	24
94	5	5	5	4	5	24
95	4	4	4	4	5	21
96	5	4	4	4	4	21
97	5	5	4	4	5	23
98	5	5	5	4	5	24
99	5	5	5	5	4	24
100	5	5	5	5	4	24
101	4	4	4	3	4	19
102	5	5	5	4	5	24
103	4	5	4	3	5	21
104	5	5	5	5	5	25
105	4	4	5	5	5	23
106	4	4	4	5	5	22
107	4	4	5	4	5	22
108	4	4	4	4	5	21
109	5	5	4	4	5	23
110	4	4	4	4	5	21
111	5	5	5	5	5	25
112	4	5	4	4	5	22
113	5	5	5	5	5	25
114	5	5	5	4	5	24
115	4	5	4	4	5	22
116	5	4	5	4	5	23
117	5	5	5	4	5	24
118	4	4	4	4	4	20
119	4	5	4	5	4	22
120	4	4	4	4	4	20
121	5	5	5	5	5	25
122	5	5	5	5	5	25

No	X11	X12	X13	X14	X15	TOTAL
123	5	5	5	4	5	24
124	4	5	4	4	5	22
125	5	3	5	5	5	23
126	5	5	4	5	5	24
127	4	3	4	4	4	19
128	4	4	5	3	5	21
129	4	5	3	5	4	21
130	5	4	5	5	4	23

Kesadaran Halal

No	X21	X22	X23	X24	TOTAL
1	4	5	5	5	19
2	4	5	5	5	19
3	4	5	5	4	18
4	4	5	4	5	18
5	5	5	5	5	20
6	4	5	4	5	18
7	4	5	5	5	19
8	5	5	4	5	19
9	4	4	4	4	16
10	3	4	5	4	16
11	4	5	5	5	19
12	5	5	5	4	19
13	4	5	5	4	18
14	5	5	4	4	18
15	5	5	4	4	18
16	4	5	5	4	18
17	4	5	5	5	19
18	4	5	5	5	19
19	4	5	5	4	18
20	4	5	4	4	17
21	4	4	5	5	18
22	4	4	4	4	16
23	5	5	4	5	19
24	4	5	5	5	19
25	3	4	5	4	16
26	5	5	5	4	19
27	5	5	5	5	20

No	X21	X22	X23	X24	TOTAL
28	5	5	5	5	20
29	4	5	5	5	19
30	4	5	5	4	18
31	5	5	5	5	20
32	4	5	5	4	18
33	4	5	5	4	18
34	5	4	4	4	17
35	4	4	4	3	15
36	5	5	5	5	20
37	5	5	3	5	18
38	4	4	4	4	16
39	3	5	3	3	14
40	3	5	4	3	15
41	3	4	3	3	13
42	5	5	5	5	20
43	3	4	4	4	15
44	4	4	4	4	16
45	4	5	5	4	18
46	4	5	4	4	17
47	3	5	3	3	14
48	4	5	4	4	17
49	4	5	4	4	17
50	3	5	5	3	16
51	5	5	5	4	19
52	4	5	5	5	19
53	4	5	5	2	16
54	4	5	5	5	19
55	5	5	5	5	20
56	4	3	4	5	16
57	5	4	5	5	19
58	5	5	4	5	19
59	5	4	5	5	19
60	5	5	5	4	19
61	5	4	5	5	19
62	4	5	5	3	17
63	4	4	4	4	16
64	4	5	4	4	17
65	4	5	4	4	17
66	4	4	4	5	17
67	3	4	4	3	14
68	5	5	5	5	20
69	4	5	5	4	18
70	4	5	5	4	18

No	X21	X22	X23	X24	TOTAL
71	5	5	5	5	20
72	4	5	5	4	18
73	4	4	4	4	16
74	5	5	5	5	20
75	5	5	5	4	19
76	3	5	4	3	15
77	5	4	5	5	19
78	5	4	5	4	18
79	5	5	4	4	18
80	4	4	4	3	15
81	4	4	4	4	16
82	4	5	4	4	17
83	5	4	5	4	18
84	4	4	4	4	16
85	5	5	5	5	20
86	5	5	5	5	20
87	4	5	4	3	16
88	4	4	4	4	16
89	5	5	5	5	20
90	4	4	5	4	17
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	5	4	4	17
94	4	4	4	4	16
95	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	20
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	5	17
101	4	4	4	4	16
102	4	4	4	4	16
103	5	2	5	3	15
104	5	5	4	4	18
105	4	5	5	4	18
106	3	4	3	5	15
107	4	4	4	4	16
108	5	5	5	5	20
109	4	4	5	5	18
110	5	5	5	4	19
111	5	4	4	5	18
112	5	5	5	4	19
113	4	3	5	5	17

No	X21	X22	X23	X24	TOTAL
114	4	4	4	5	17
115	4	5	4	4	17
116	4	4	5	5	18
117	4	4	5	5	18
118	5	5	5	5	20
119	3	4	3	5	15
120	5	5	5	5	20
121	3	5	5	4	17
122	4	5	5	4	18
123	5	5	5	5	20
124	5	5	5	5	20
125	5	5	4	4	18
126	5	5	5	5	20
127	5	4	5	5	19
128	3	4	4	5	16
129	5	4	5	5	19
130	5	4	5	5	19

Keputusan Pembelian

No	Y1	Y2	Y3	Y4	JUMLAH
1	5	5	4	5	19
2	5	5	5	4	19
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	5	17
5	5	5	5	5	20
6	5	4	4	4	17
7	4	5	4	4	17
8	5	5	4	5	19
9	4	4	5	4	17
10	4	5	5	5	19
11	5	5	5	4	19
12	4	5	5	4	18
13	4	4	5	4	17
14	4	4	4	4	16
15	4	5	5	4	18
16	5	4	5	5	19
17	5	4	4	5	18
18	5	5	5	5	20
19	5	4	5	4	18

No	Y1	Y2	Y3	Y4	JUMLAH
20	5	5	5	5	20
21	5	4	4	4	17
22	4	4	5	4	17
23	4	5	4	5	18
24	5	5	5	5	20
25	4	4	5	4	17
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	5	4	5	5	19
29	5	4	4	5	18
30	5	5	4	5	19
31	5	3	3	5	16
32	4	4	4	4	16
33	5	5	5	5	20
34	4	4	5	4	17
35	4	3	3	2	12
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	4	4	4	4	16
39	4	5	5	4	18
40	5	3	3	4	15
41	4	4	4	5	17
42	4	4	4	5	17
43	5	4	4	4	17
44	4	4	4	2	14
45	5	5	5	4	19
46	5	4	4	4	17
47	3	4	3	5	15
48	5	4	4	4	17
49	4	4	3	5	16
50	4	3	3	4	14
51	5	4	3	3	15
52	4	3	4	5	16
53	4	5	5	5	19
54	5	4	4	4	17
55	5	5	5	5	20
56	5	5	4	4	18
57	5	5	4	4	18
58	5	5	4	5	19
59	5	4	4	4	17
60	5	5	5	4	19
61	4	4	5	4	17
62	4	3	5	5	17

No	Y1	Y2	Y3	Y4	JUMLAH
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	5	17
65	5	4	4	4	17
66	5	4	4	4	17
67	5	5	5	5	20
68	5	4	4	5	18
69	5	5	5	4	19
70	5	4	4	4	17
71	4	4	4	4	16
72	5	4	4	4	17
73	4	4	4	4	16
74	5	5	5	5	20
75	5	4	4	4	17
76	3	4	4	5	16
77	5	5	5	4	19
78	4	4	5	5	18
79	5	4	4	5	18
80	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	5	5	4	4	18
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	5	5	5	4	19
88	4	4	4	5	17
89	5	5	5	5	20
90	5	5	5	3	18
91	4	4	4	4	16
92	5	4	4	3	16
93	4	4	3	5	16
94	5	4	3	5	17
95	4	4	4	4	16
96	5	5	4	4	18
97	4	4	4	4	16
98	5	5	5	5	20
99	5	5	4	4	18
100	4	4	4	4	16
101	4	3	3	3	13
102	5	5	4	4	18
103	4	5	4	5	18
104	5	5	5	5	20
105	4	4	4	4	16

No	Y1	Y2	Y3	Y4	JUMLAH
106	5	3	3	3	14
107	5	4	5	4	18
108	5	5	5	5	20
109	4	4	4	5	17
110	5	5	5	5	20
111	5	4	5	4	18
112	4	4	5	4	17
113	4	4	4	3	15
114	4	4	5	4	17
115	5	5	5	4	19
116	4	5	4	4	17
117	5	5	5	5	20
118	5	5	5	5	20
119	4	5	3	5	17
120	4	5	4	5	18
121	5	4	3	4	16
122	5	5	5	5	20
123	5	5	5	5	20
124	5	5	5	5	20
125	3	4	5	4	16
126	4	4	4	5	17
127	4	5	3	3	15
128	4	5	3	5	17
129	4	5	5	5	19
130	4	5	5	4	18

Lampiran V. Hasil Distribusi Karakteristik

Statistic Deskriptif Responden

Statistics

		Usia	Jenis kelamin	Domisili	Pekerjaan	Apakah anda pernah membeli produk Mixue Ice Cream and Tea
N	Valid	130	130	130	130	130
	Missing	0	0	0	0	0

1. Usia responden

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-22 Tahun	74	56.9	56.9	56.9
	23-27 Tahun	52	40.0	40.0	96.9
	28-32 Tahun	4	3.1	3.1	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

2. Jenis kelamin

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	35	26.9	26.9	26.9
	Perempuan	95	73.1	73.1	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

3. Domisili

Domisili					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Banjarsari	20	15.4	15.4	15.4
	Jebres	52	40.0	40.0	55.4
	Laweyan	22	16.9	16.9	72.3
	Pasar Kliwon	23	17.7	17.7	90.0
	Serengan	13	10.0	10.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

4. Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guru	2	1.5	1.5	1.5
	Ibu Rumah Tangga	3	2.3	2.3	3.8
	Karyawan Swasta	38	29.2	29.2	33.1
	Pelajar / Mahasiswa	85	65.4	65.4	98.5
	Perawat	2	1.5	1.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

5. Pembelian

Apakah anda pernah membeli produk Mixue Ice Cream and Tea

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	130	100.0	100.0	100.0

Lampiran VI. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Validitas dan Reliabilitas Sertifikasi Halal

Correlations							
		X11	X12	X13	X14	X15	TOTAL X1
X11	Pearson Correlation	1	.342	.106	.033	-.039	.498**
	Sig. (2-tailed)		.064	.578	.864	.839	.005
	N	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.342	1	.154	.095	.395*	.720**
	Sig. (2-tailed)	.064		.416	.617	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.106	.154	1	.015	.000	.429*
	Sig. (2-tailed)	.578	.416		.939	1.000	.018
	N	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.033	.095	.015	1	.150	.475**
	Sig. (2-tailed)	.864	.617	.939		.428	.008
	N	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	-.039	.395*	.000	.150	1	.610**
	Sig. (2-tailed)	.839	.031	1.000	.428		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL X1	Pearson Correlation	.498**	.720**	.429*	.475**	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.018	.008	.000	
	N	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.699	6

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kesadaran Halal

Correlations						
		X21	X22	X23	X24	TOTAL X2
X21	Pearson Correlation	1	.507**	-.247	.151	.628**
	Sig. (2-tailed)		.004	.188	.424	.000
	N	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	.507**	1	.098	.299	.752**
	Sig. (2-tailed)	.004		.608	.109	.000
	N	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	-.247	.098	1	.117	.367*
	Sig. (2-tailed)	.188	.608		.539	.046
	N	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	.151	.299	.117	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.424	.109	.539		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL X2	Pearson Correlation	.628**	.752**	.367*	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.046	.000	
	N	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.715	4

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	.191	.242	.464**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.312	.198	.010	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.191	1	.119	.330	.613**
	Sig. (2-tailed)	.312		.532	.075	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.242	.119	1	.119	.595**
	Sig. (2-tailed)	.198	.532		.532	.001
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.464**	.330	.119	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.010	.075	.532		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL Y	Pearson Correlation	.709**	.613**	.595**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

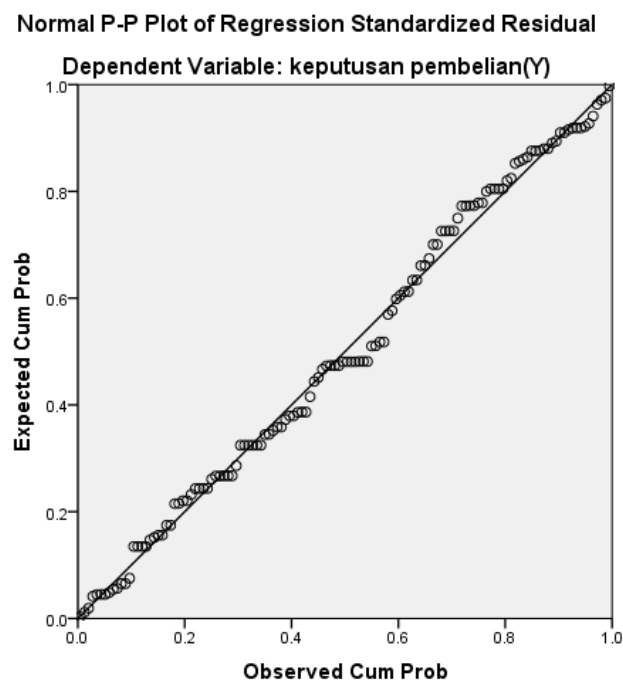
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.755	4

Lampiran VII. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53095266
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.059
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Gambar 3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

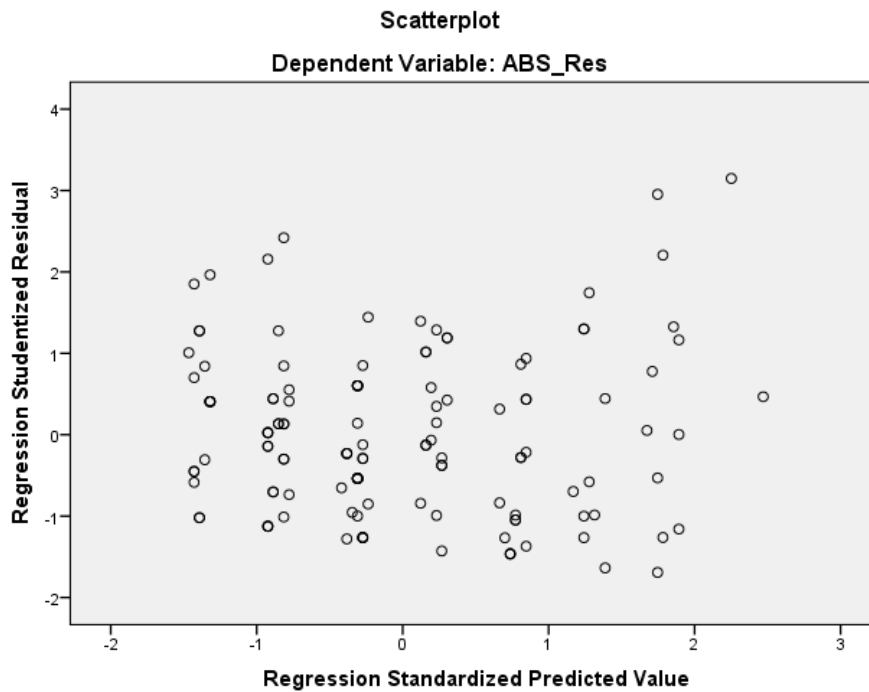


Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.376	1.958		4.277	.000		
	sertifikasi halal(X1)	.114	.075	.127	1.529	.129	.944	1.060
	kesadaran halal(X2)	.372	.084	.369	4.453	.000	.944	1.060

a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran VIII. Hasil Uji Ketetapan Model

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.418 ^a	.175	.162	1.543
a. Predictors: (Constant), kesadaran halal(X2), sertifikasi halal(X1)				
b. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)				

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.078	2	32.039	13.458	.000 ^b
	Residual	302.352	127	2.381		
	Total	366.431	129			
a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)						
b. Predictors: (Constant), kesadaran halal(X2), sertifikasi halal(X1)						

Lampiran IX. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.376	1.958		4.277	.000
	sertifikasi halal(X1)	.114	.075	.127	1.529	.129
	kesadaran halal(X2)	.372	.084	.369	4.453	.000
a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)						

Lampiran X. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.376	1.958		4.277	.000
	sertifikasi halal(X1)	.114	.075	.127	1.529	.129
	kesadaran halal(X2)	.372	.084	.369	4.453	.000
a. Dependent Variable: keputusan pembelian(Y)						

Lampiran XI. Uji Turnitin

Indiyah F AKS_Muna

ORIGINALITY REPORT

27%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

13%

2

radarkudus.jawapos.com

Internet Source

6%

3

jurnal.utu.ac.id

Internet Source

2%

4

Jacobus Jopie Gilalo, Adi Sulistiyono,
Burhanudin Harahap. "TINJAUAN YURIDIS
DALAM BUKTI HUKUM KONSUMEN DALAM
MAKANAN HALAL", JURNAL ILMIAH LIVING
LAW, 2020

Publication

2%

5

repository.uinsaizu.ac.id

Internet Source

2%

6

docobook.com

Internet Source

2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 20 words