

**WILLINGNESS TO PAY MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA TAHUN ANGGARAN 2014-
2017 TERHADAP MIE SAMYANG BERLABEL HALAL LPPOM MUI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh:

Lely Diana Sari Saputri

14804241019

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2018**

**WILLINGNESS TO PAY MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA TAHUN ANGGARAN 2014-
2017 TERHADAP MIE SAMYANG BERLABEL HALAL LPPOM MUI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan



Disusun Oleh:

Lely Diana Sari Saputri

14804241019

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

2018

i

**WILLINGNESS TO PAY MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA TAHUN ANGGATAN 2014-
2017 TERHADAP MIE SAMYANG BERLABEL HALAL LPPOM MUI**

SKRIPSI

Oleh:
LELY DIANA SARI SAPUTRI
14804241019

Telah disetujui dan disahkan pada tanggal 2 April 2018
Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji
Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Dosen Pembimbing



Dra. Sri Sumardiningih, M. Si.
NIP. 19530403 197903 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

**WILLINGNESS TO PAY MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA TAHUN ANGKATAN 2014-
2017 TERHADAP MIE SAMYANG BERLABEL HALAL LPPOM MUI**

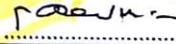
Oleh:

LELY DIANA SARI SAPUTRI

14804241019

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 April 2018
dan dinyatakan telah lulus

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Aula Ahmad H.S.F, SE.,M.Si.	Ketua Penguji		23 April 2018
Dra. Sri Sumardiningsih, M. Si	Sekretaris		23 April 2018
Dr. Maimun Sholeh, M. Si	Penguji Utama		23 April 2018

Yogyakarta, 24 April 2018

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan



Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 19550328 198303 1 0027

iii

iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lely Diana Sari Saputri
NIM : 14804241019
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : *Willingness to Pay* Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2014-2017 terhadap Mie
Samyang Berlabel Halal LPPOM MUI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 2 April 2018

Penulis



Lely Diana Sari Saputri
NIM. 14804241019

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦) فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (٧) وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَب (٨)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S. Al Insyirah: 6-8)

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ طَوَّعْنَا لَنَا وَعَفَّ عَنَّا وَآخِرُ لَنَا وَأَرْحَمَنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maafilah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir".”

(Al-Baqarah 2:286)

“Waktu tidak akan pernah terulang, maka walaupun seberat apapun hal itu, lakukanlah saat ini.”

Penulis

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

Dengan memanjatkan Puji Syukur Kehadirat Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda kasih sayang kepada:

Orangtuaku tercinta, Bapak Totok Suyadi dan Ibu Efi Yulianti yang telah mendidik, memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa yang selalu dipanjatkan untuk keberhasilan putimu ini.

**WILLINGNESS TO PAY MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA TAHUN ANGGARAN 2014-
2017 TERHADAP MIE SAMYANG BERLABEL HALAL LPPOM MUI**

Oleh:

LELY DIANA SARI SAPUTRI

14804241019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 secara parsial dan simultan terhadap *Willingness to Pay*/WTP mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 1.641 orang mahasiswa muslim S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017. Pengambilan sampel sebanyak 96 orang mahasiswa muslim S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dengan menggunakan rumus slovin. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis menggunakan analisis regresi ganda OLS yang sebelumnya dilakukan uji prasyarat analisis yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Selain itu, dilakukan pula analisis nilai WTP dengan metode *Contingent Valuation Method*/CVM.

Hasil penelitian ini adalah (1) Pendapatan berpengaruh terhadap WTP mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. (2) Pengalaman Mengkonsumsi berpengaruh terhadap WTP mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. (3) Kesadaran Kehalalan berpengaruh terhadap WTP mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. (4) Pendapatan, Pengalaman Mengkonsumsi, dan Kesadaran Kehalalan secara bersama-sama berpengaruh terhadap WTP mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Koefisien determinasi memiliki nilai sebesar 0,589. Analisis nilai WTP menggunakan CVM ditemukan mayoritas responden bersedia membayar Rp 15.000,00 untuk satu bungkus mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

Kata Kunci: Pendapatan, Pengalaman Mengkonsumsi, Kesadaran Kehalalan, *Willingness to Pay*

**WILLINGNESS TO PAY STUDENTS IN FACULTY OF ECONOMICS
YOGYAKARTA STATE UNIVERSITY YEAR 2014-2017 TO SAMYANG
NOODLES LABELED HALAL LPPOM MUI**

By:

LELY DIANA SARI SAPUTRI

14804241019

ABSTRACT

This study aims to know the effect of income, consumption experience, and halal awareness of the students in Faculty of Economics Yogyakarta State University year 2014-2017 partially and simultaneously to Willingness to Pay Samyang Noodles labeled halal by LPPOM MUI. This study uses a quantitative approach. The population in this study is 1.641 undergraduate muslim students in Faculty of Economics, Yogyakarta State University. The sample, consisting of 96 undergraduate muslim students in Faculty of Economics, Yogyakarta State University by using slovin formula. Data collection method used is questionnaire. They were analyzed using multiple linear regression OLS previously performed prerequisite analysis test used is normality test, multicollinearity, and heteroskedasticity. In addition, also conducted analysis of WTP value with the method of Contingent Valuation Method / CVM.

The results of this research were: (1) Income affects WTP Samyang Noodles labeled halal by LPPOM MUI. (2) Consumption experience affects WTP Samyang Noodles labeled halal by LPPOM MUI. (3) Halal awareness affects WTP Samyang Noodles labeled halal by LPPOM MUI. (4) Income, Consumption Experience, and Halal Awareness collectively affect the WTP Samyang Noodles labeled halal by LPPOM MUI. Coefficient of determination with significance value of 0.589. Analysis of WTP value using CVM found the majority of respondents willing to pay Rp 15.000,00 for one pack of samyang noodles labeled halal by LPPOM MUI.

Keywords: *Income, Consumption Experience, Halal Awareness, Willingness to Pay*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “*Willingness to Pay* Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2014-2017 terhadap Mie Samyang Berlabel Halal LPPOM MUI” dapat diselesaikan. Penulis menyadari tanpa bimbingan dari berbagai pihak Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada Bapak/Ibu/Saudara:

1. Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd. selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Tejo Nurseto, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dr. Endang Mulyani, M.Si. selaku Dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama masa studi.
5. Dra. Sri Sumardiningsih, M.Si. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan, saran, serta pengarahan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

6. Dr. Maimun Sholeh, M.Si. selaku Dosen narasumber yang telah memberikan saran dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Aula Ahmad H.S.F, SE., M.Si. selaku Ketua Penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam perbaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
8. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kedua orangtua yang telah memberikan bantuan dan motivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan guna menyempurnakan Tugas Akhir Skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Yogyakarta, 2 April 2018

Penulis



Lely Diana Sari Saputri

NIM. 14804241019

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
1. Manfaat Teoritis	12
2. Manfaat Praktis.....	12
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. <i>Willingness to Pay</i>	14
a. Pengertian <i>Willingness to Pay</i>	14
b. Metode untuk Memperoleh WTP	16
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi WTP	22
2. Konsumen.....	24
a. Pengertian Konsumen	24
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi.....	25
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi dalam Ekonomi Islam.....	27
3. Label Halal	28
a. Pengertian Label	28
b. Pengertian Label Halal	29
c. Pengertian Sertifikat Halal.....	30
d. Syarat Produk Halal	31
e. Kesadaran Kehalalan	32
B. Penelitian yang Relevan	32
C. Kerangka Berpikir	35
D. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III. METODE PENELITIAN.....	41
A. Desain Penelitian.....	41

B. Tempat dan Waktu Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel Penelitian	42
D. Definisi Operasional Variabel	46
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	48
1. Teknik Pengumpulan Data	48
2. Instrumen Pengumpulan Data	49
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	50
1. Uji Validitas Kuesioner	50
2. Uji Reliabilitas Kuesioner	52
G. Teknik Analisis Data	54
1. Analisis Deskriptif	54
2. Analisis Nilai WTP Responden	57
3. Analisis Regresi Linier Berganda	59
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Deskripsi Tempat Penelitian	63
B. Hasil Penelitian	68
1. Analisis Deskriptif	68
2. Analisis Nilai WTP	76
3. Uji Prasyarat Analisis	80
a. Uji Normalitas	81
b. Uji Multikolinearitas	81
c. Uji Heterosedastisitas	82
C. Pengujian Hipotesis Penelitian	83
1. Persamaan Garis Regresi Ganda	83
2. Uji Parsial	86
3. Uji Simultan	88
4. Koefisien Determinasi	89
D. Pembahasan Hasil Penelitian	89
E. Keterbatasan Penelitian	94
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	95
A. Kesimpulan	95
B. Implikasi	96
C. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Muslim di Fakultas Ekonomi UNY tahun 2014-2017	42
Tabel 2. Jumlah Populasi Mahasiswa Muslim S1 di Fakultas Ekonomi UNY tahun 2014-2017	43
Tabel 3. Jumlah Sampel Mahasiswa Muslim S1 di Fakultas Ekonomi UNY tahun 2014-2017 (setelah dibulatkan).....	45
Tabel 4. Skala Likert	49
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen untuk variabel Kesadaran Kehalalan terhadap WTP	50
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Kehalalan.....	52
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Kehalalan	53
Tabel 8. Kriteria kategorisasi	56
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	69
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	70
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 12. Kategorisasi Variabel Pendapatan	72
Tabel 13. Kategorisasi Variabel Pengalaman Mengkonsumsi.....	73
Tabel 14. Kategorisasi Variabel Kesadaran Kehalalan.....	74
Tabel 15. Kategorisasi Variabel WTP	75
Tabel 16. Distribusi nilai WTP Responden	78
Tabel 17. Ringkasan Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 18. Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 19. Ringkasan Hasil Uji Heterosedastisitas	83
Tabel 20. Ringkasan Hasil Analisis Regresi	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kurva Willingness to Pay.....	15
Gambar 2. Label Halal Resmi dari LPPOM MUI.....	29
Gambar 3. Label Halal Palsu	30
Gambar 4. Paradigma Penelitian.....	38
Gambar 5. Struktur Organisasi FE UNY	68
Gambar 6. Nilai Lelang Mie Samyang	78
Gambar 7. Kurva WTP Mie Samyang	79

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1a. Data WINA	107
Lampiran 1b. Jumlah Mahasiswa di Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 berdasarkan Agama	107
Lampiran 2. Angket Uji Coba Instrumen Penelitian.....	109
Lampiran 3. Data dan hasil uji coba instrumen.....	114
Lampiran 4. Instrumen penelitian	123
Lampiran 5. Data hasil penelitian	128
Lampiran 6. Uji prasyarat analisis	136
Lampiran 7. Analisis regresi ganda ols dan koefisien determinasi	138
Lampiran 8. Surat ijin penelitian.....	140

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan *global demand* mie instan terbanyak kedua di dunia. Menurut data yang disusun WINA (World Instant Noodles Association), di Tahun 2013, *global demand* Indonesia mencapai 14.900 unit mie instan (Lampiran 1).

Hal ini juga diungkapkan oleh Managing Director VIP (Vietnam, Indonesia, Filipina) Kantar WorldPanel Indonesia (KWP), mie instan merupakan kategori yang memiliki jumlah pembeli yang sangat besar dan paling sering dibeli oleh konsumen di Indonesia yaitu hampir dua kali dalam seminggu. Mie instan sendiri disukai oleh konsumen dikarenakan adanya kemudahan untuk mengonsumsinya, jangkauan distribusi sangat luas, serta promosi dan inovasi yang dilakukan pun sangat beragam. (<http://www.jpnn.com/news/hasil-survei-masyarakat-indonesia-doyan-mie-instan> diakses tanggal 26 Maret 2017)

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh MARS Indonesia pada tahun 2016 tentang Profil Konsumsi Produk Makanan, 92,4% masyarakat dari 7 kota besar di Indonesia merupakan konsumen mie instan. Jika dilihat dari usia konsumen, tingkat konsumsi mie instan terbesar adalah kalangan remaja berusia 15-24 tahun, yaitu sebesar 95,6% dan di rentang usia 25-34 tahun sebesar 93,9%, dan usia 35-55 tahun sebanyak 90,5%.

<http://www.marsindonesia.com/articles/mie-instan-yang-makin-digemari>

diakses tanggal 8 Desember 2017)

Belakangan ini, banyak produk makanan kemasan luar negeri yang populer di Indonesia. Salah satunya adalah mie samyang yang banyak digemari oleh remaja Indonesia. Berkembangnya kebudayaan Korea Selatan seperti musik, drama, *reality show*, gaya berpakaian, kosmetik, dan makanan khususnya menyebabkan remaja Indonesia menggemari mie samyang tersebut. Mie samyang di gemari oleh remaja Indonesia sebab rasanya cenderung pedas dan kaya akan rempah-rempah sehingga cocok dengan lidah orang Indonesia. Salah satu *market place* Indonesia, elevenia mencatat, dalam satu hari (11/10), transaksi jual-beli mi samyang mencapai angka penjualan 9.210 bungkus mi. (<http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161015060604-262-165660/dalam-sehari-9210-bungkus-mi-samyang-terjual-di-indonesia/>

diakses tanggal 26 Maret 2017)

Besarnya permintaan terhadap mie samyang tersebut juga didorong oleh fenomena *Samyang Noodle Challenge* yang semakin berkembang di Indonesia. *Samyang Noodle Challenge* adalah aktivitas yang dilakukan oleh para *netizen* bersama teman atau keluarganya dengan mengonsumsi samyang yang disertai dengan tantangan tidak boleh meminum air mineral sebelum menghabiskan samyang tersebut. Aktivitas *Samyang Noodle Challenge* ini banyak diikuti oleh ratusan anak muda di Instagram maupun Youtube.

Minat masyarakat Indonesia yang tinggi akan mie samyang ini mendorong produsen dan importir mie samyang mulai banyak hadir di Indonesia. Salah satu produk mie samyang yang beredar di Indonesia yaitu mie instan dari PT Korinus dengan nama produk Samyang Hot Chicken Ramen, Samyang Hot Chicken Ramen Big Bowl, Samyang Hot Chicken Ramen Cup, Samyang Hot Chicken Ramen Cheese Flavor Big Bowl, Samyang Hot Chicken Ramen Cheese Flavor, dan Samyang Hot Chicken Ramen Cool Type.

Permintaan yang tinggi akan mie instan ini pun mendorong banyak penjual untuk menjual produk yang belum jelas kehalalannya. Seperti yang terjadi di Sumenep Jawa Timur, Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam sidaknya menemukan beberapa produk yang dijual di minimarket mengandung babi. Sidak ini dilakukan karena pihak MUI mendapatkan informasi bahwa makanan jenis mie bermerek Yapoki dan Samyang perlu dicurigai. Setelah MUI meminta bantuan pada seorang mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Prodi Bahasa Korea UGM, dalam kemasan dua produk tersebut tertera mengandung daging babi. Terlebih lagi, produk Samyang tersebut tidak memiliki label dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (<http://www.jawapos.com/read/2017/01/19/103357/mui-temukan-mie-instan-mengandung-babi> diakses tanggal 26 Maret 2017) Kejadian tersebut juga terjadi di OKU Timur, mie Samyang tanpa label halal MUI dijual bebas di Minimarket Alfamart, bahkan penjualannya disejajarkan dengan mie yang biasa di konsumsi oleh masyarakat luas seperti Supermi dan Indomie.

(<http://palembang.tribunnews.com/2017/02/07/mie-samyang-dijual-bebas-tanpa-lebel-haram-di-minimarket-oku-timur> diakses tanggal 26 Maret 2017)

Produk makanan yang tidak diketahui kehalalannya tentu saja mencemaskan bagi konsumen muslim, sebab produk yang belum memiliki label halal bisa saja memiliki kandungan babi, seperti yang telah ditemukan pada mie samyang di Sumenep. Daging babi yang terkandung dalam mie Samyang tentu sangat berbahaya jika dikonsumsi oleh tubuh sebab daging babi mengandung cacing *Trichinella spiralis*. Menurut Soeharsono,

Tricinellosis adalah infestasi cacing *Trichinella spiralis* (sinonim *Trichina spiralis*) pada hewan ataupun manusia. Larva cacing dapat menetap pada urat daging membentuk kista. Manusia akan mengalami penyakit yang lebih serius dibandingkan dengan hewan. Penyakit ini tersebar luas di Afrika, Asia, Amerika Selatan, Kanada, Rusia Selatan, Eropa Timur (Bulgarian), Switzerland terutama di daerah yang gemar mengkonsumsi daging babi serta hewan buruan seperti babi hutan, beruang, walrus, dsb (Soeharsono, 2005: 114).

Penemuan kandungan babi dalam samyang tersebut tentunya meresahkan bagi masyarakat Indonesia mengingat tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk mie instan dan mayoritas penduduk beragama Islam. Menurut catatan *Pew Research Center*, populasi penduduk beragama Islam di Indonesia mencapai 13 persen dari populasi dunia. Dari 205 juta penduduk Indonesia ditahun 2010 sedikitnya 88 persen beragama Islam.

Besarnya jumlah penduduk muslim di Indonesia ini membuat sertifikat halal dalam suatu produk sangatlah dibutuhkan terutama pada produk makanan. Menurut Wiku Adisasmito,

Bagi umat Islam pentingnya pemerintah untuk membuat kebijakan tentang wajibnya labelisasi halal pada pangan tidaklah dipandang berlebihan. Sebab bagi umat Islam, kesucian dan kehalalan sesuatu yang

akan dikonsusmsinya atau dipakai mutlak harus diperhatikan, karena hal tersebut sangat menentukan diterima atau ditolaknya amal ibadah kita oleh Allah SWT kelak di akhirat. Jika apa yang kita konsumsi atau kita gunakan itu suci dan halal, amal ibadah kita diterima oleh Allah. Sebaliknya, jika haram atau tidak suci, amal ibadah kita pasti ditolak-Nya, selain kitapun dipandang telah berbuat dosa (Wiku Adisasmito, 2008:7).

Dikarenakan pangsa pasar di Indonesia mayoritas penduduk muslim yang memerlukan kepastian kehalalan produk maka PT Korinus mengajukan sertifikasi halal kepada MUI Indonesia. Pada tanggal 28 September 2017, PT Korinus telah mendapatkan sertifikat halal untuk produk samyang yang diimpor.

Kegiatan sertifikasi halal di Indonesia dilakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) yang didirikan pada tanggal 6 Januari 1989 serta melalui Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 dibentuklah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Proposal pengajuan memperoleh sertifikat halal suatu produk diserahkan ke BPJPH, setelah proposal lengkap dan memenuhi persyaratan, maka oleh BPJPH, dokumen kemudian akan dikirimkan kepada LPH (Lembaga Pemeriksa Halal). Setelah LPH melakukan analisis kandungan produk, maka dokumen dan hasil laporan dikirim kembali ke BPJPH, yang kemudian mengirimkannya ke MUI dan MUI lewat sidang-sidang fatwanya akan menentukan, apakah produk tersebut mendapat fatwa halal atau tidak halal. Dengan adanya lembaga yang mengatur mengenai kehalalan suatu produk di Indonesia, maka masyarakat muslim seharusnya lebih sadar dalam mengkonsumsi makanan yang sesuai dengan syari'at Islam.

Setelah PT Korinus mendapatkan sertifikat halal, produk samyang yang berlabel halal resmi dari LPPOM MUI masih sulit untuk ditemukan. Produk samyang yang beredar masih banyak yang tidak memiliki label halal dan ada pula produk yang memiliki label halal namun hanya berupa stiker dan tidak disertai nomor sertifikat halal dari LPPOM MUI. Hal ini tentu saja meresahkan bagi konsumen muslim mengingat terjadinya fenomena *Samyang Noodle Challenge* dan semakin berkembangnya budaya Korea Selatan di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat seberapa besar *willingness to pay* konsumen terhadap suatu produk bila sudah dinyatakan halal oleh lembaga berwenang di Indonesia.

Penelitian mengenai *Willingness to Pay* pada produk halal telah banyak dilaksanakan. Namun, dari beberapa penelitian tersebut terdapat pengaruh yang berbeda-beda dari setiap variabel. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Kamaruddin *et. al* (2012) yang bertujuan untuk meneliti tentang kesediaan membayar responden akan produk makanan halal. Dalam penelitian ini, variabel yang mempengaruhi signifikan besaran WTP adalah variabel status dalam rumah tangga dalam hal ini responden ibu, variabel pendapatan rumah tangga, dan variabel biaya. Sedangkan variabel kesadaran kehalalan tidak mempengaruhi secara signifikan.

Serta dalam penelitian Winda Dian Nurina (2013) untuk meneliti karakteristik konsumen pengguna produk kosmetik Wardah, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi, dan menghitung besarnya *willingness to pay* (WTP) responden terhadap pembayaran tambahan sertifikasi halal pada

produk Wardah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi secara signifikan kesediaan membayar tambahan terhadap sertifikasi halal adalah variabel tingkat pendidikan dan intensitas responden dalam mengamati label halal pada kemasan produk kosmetik, sedangkan variabel tingkat pendapatan serta variabel kesadaran tidak mempengaruhi secara signifikan kesediaan membayar sertifikasi halal kosmetik.

Namun, dalam penelitian Wilda Rizkilia Putri (2016) yang bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya daging ayam bersertifikat halal, mengestimasi nilai WTP yang bersedia di bayarkan masyarakat pada daging ayam bersertifikat halal, menganalisis variabel pendapatan rumah tangga per bulan, tingkat pendidikan, usia, konsumsi daging ayam, kesadaran kehalalan, dan jumlah anggota keluarga mempengaruhi besaran nilai kesediaan membayar. Variabel yang berpengaruh terhadap kemauan bayar responden antara lain adalah variabel pendapatan, pendidikan, konsumsi daging ayam, faktor kesadaran mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variabel kemauan bayar konsumen. Variabel usia mempengaruhi signifikan dengan bertanda negatif.

Dengan adanya berbagai perbedaan mengenai pengaruh beberapa faktor terhadap besaran nilai kesediaan membayar konsumen pada produk halal, maka peneliti mencoba untuk meneliti kembali pengaruh beberapa variabel yaitu pendapatan atau uang saku mahasiswa per bulan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan terhadap mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

Penelitian mengenai *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI ini akan dilaksanakan di Universitas Negeri Yogyakarta sebab budaya Korea Selatan semakin berkembang di kalangan remaja dan semakin viralnya fenomena *Samyang Noodle Challenge*. Remaja pada umumnya masih berada di bangku SMP, SMA, dan sebagian sebagai mahasiswa (Syamsul Bachri, 2017: 41). Mahasiswa yang sebagian adalah anak kos cenderung mencari cara instan untuk memuaskan rasa laparnya dan yang sering menjadi pilihan pertama adalah mie instan. Mie instan menjadi pilihan mahasiswa karena mudah didapat, mudah membuatnya, dan harganya terjangkau oleh mahasiswa.

Mahasiswa juga termasuk pengguna aktif dari media sosial dan tentu saja mengetahui informasi terkini dari *Samyang Noodle Challenge* yang sedang viral dari internet (Ekawati, 2012). Dengan banyaknya informasi mengenai fenomena tersebut, tidak jarang mahasiswa terdorong untuk mencoba mie samyang walaupun harga dari mie instan ini jauh lebih mahal dari mie instan yang ada di Indonesia. Oleh karena itu peneliti memilih melakukan penelitian pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta yaitu pada mahasiswa muslim di Fakultas Ekonomi. Pemilihan Fakultas Ekonomi sebagai lokasi penelitian karena Fakultas Ekonomi memiliki presentase mahasiswa muslim terbanyak ke tiga yaitu sebesar 94,52% setelah Fakultas Ilmu Pendidikan (95,41%) dan Fakultas Ilmu Sosial (95,26%) (Lampiran 1). Selain itu, pemilihan Fakultas Ekonomi sebagai

tempat penelitian didasarkan atas pertimbangan keterjangkauan lokasi penelitian yang dilihat dari segi biaya, waktu, dan tenaga yang dimiliki oleh peneliti.

Dari berbagai fakta yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kesadaran masyarakat akan produk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI serta seberapa besar biaya yang rela dikeluarkan konsumen pada produk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Adapun judul dari penelitian ini adalah “*Willingness to Pay* Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2014-2017 terhadap Mie Samyang Berlabel Halal LPPOM MUI.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Budaya asal Korea Selatan dan fenomena *Samyang Noodle Challenge* yang semakin berkembang di Indonesia mendorong tingginya permintaan mie samyang di Indonesia.
2. Permintaan mie samyang di Indonesia cukup tinggi, namun tidak ada kejelasan kehalalan produk mie samyang yang dijual di Indonesia sehingga membuat masyarakat resah, sebab mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam. Konsumen terbanyak pada kalangan remaja yang masih berada pada bangku SMP, SMA, dan mahasiswa. Hal ini yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian di Universitas Negeri Yogyakarta.

3. Belum adanya kesamaan pengaruh beberapa faktor (status dalam rumah tangga, pendapatan, biaya, kesadaran kehalalan, tingkat pendidikan, intensitas mengamati label halal, usia, konsumsi, jumlah anggota keluarga) yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar konsumen terhadap produk halal.

C. Batasan Masalah

Ada banyak faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* yaitu status dalam rumah tangga, pendapatan, biaya, kesadaran kehalalan, tingkat pendidikan, intensitas mengamati label halal, usia, konsumsi, jumlah anggota keluarga. Akan tetapi, agar penelitian terfokus pada pembahasan serta cakupan penelitian tidak terlalu luas, maka peneliti membatasi pada faktor pendapatan atau uang saku mahasiswa per bulan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan. Ketiga faktor tersebut akan dijadikan variabel dalam penelitian ini, sebab variabel tersebut diduga mempengaruhi *willingness to pay* terhadap produk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Pembatasan masalah diperlukan dalam penelitian ini agar penelitian lebih terarah dan tidak terjadi perluasan kajian mengingat keterbatasan waktu, tenaga, kemampuan berfikir peneliti, serta adanya perbedaan hasil penelitian mengenai ketiga variabel tersebut.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pendapatan (uang saku per bulan) mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI?
2. Bagaimana pengaruh pengalaman mengkonsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI?
3. Bagaimana pengaruh kesadaran kehalalan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI?
4. Bagaimana pengaruh tingkat pendapatan (uang saku per bulan), pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 secara simultan (bersama-sama) terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI?
5. Berapakah nilai yang bersedia dibayarkan konsumen guna membeli mie samyang berlabel halal LPPOM MUI?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh pendapatan (uang saku per bulan) mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

2. Pengaruh pengalaman mengkonsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.
3. Pengaruh kesadaran kehalalan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.
4. Pengaruh tingkat pendapatan (uang saku per bulan), pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 secara simultan (bersama-sama) terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.
5. Mengestimasi nilai WTP yang bersedia dibayarkan konsumen untuk memperoleh mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah untuk selalu meningkatkan keamanan pangan melalui lembaga-lembaga bersangkutan seperti LPPOM MUI dan BPJPH.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dan referensi mengenai *Willingness to Pay* terhadap produk makanan halal.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk lebih mengenal produk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI serta membuka kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi makanan berlabel halal LPPOM MUI.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

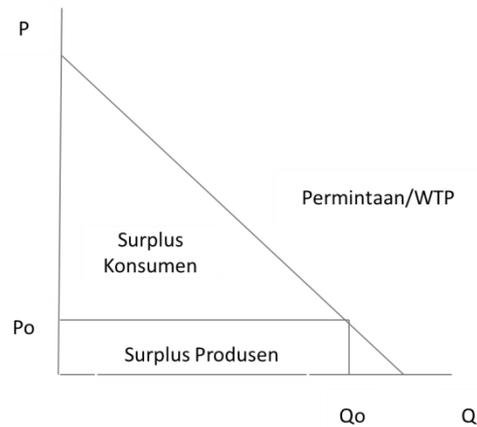
1. *Willingness to Pay*

a. Pengertian *Willingness to Pay* (WTP)

Willingness to Pay atau keinginan untuk membayar didefinisikan sebagai jumlah maksimal yang dapat dibayarkan seorang konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Zhao dan Kling (2004) menyatakan bahwa WTP adalah harga maksimum dari suatu barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada waktu tertentu. Untuk memahami konsep WTP konsumen terhadap suatu barang atau jasa harus dimulai dari konsep utilitas, yaitu manfaat atau kepuasan karena mengkonsumsi barang atau jasa pada waktu tertentu. Setiap individu ataupun rumah tangga selalu berusaha untuk memaksimalkan utilitasnya dengan pendapatan tertentu, dan ini akan menentukan jumlah permintaan barang atau jasa yang akan dikonsumsi.

Permintaan diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang mau atau ingin dibeli atau dibayar (*willingness to buy or willingness to pay*) oleh konsumen pada harga tertentu dan waktu tertentu (Perloff, 2004). Utilitas yang akan didapat oleh seorang konsumen memiliki kaitan dengan harga yang dibayarkan yang dapat diukur dengan WTP. Sejumlah uang yang ingin dibayarkan oleh konsumen akan

menunjukkan indikator utilitas yang diperoleh dari barang tersebut (PSE-KB UGM, 2002).



Gambar 1. Kurva *Willingness to Pay*
Sumber: Heru Setiyadi, 2016

Dari gambar tersebut, dapat diketahui bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari barang yang dibeli dan dikonsumsi. Total nilai yang diterima konsumen ditunjukkan oleh seluruh daerah di bawah kurva permintaan. Namun, tidak seluruh nilai tersebut dibayar sesuai dengan nilainya, karena dalam setiap pembelian konsumen akan mendapatkan surplus konsumen. Nilai total dari kesediaan membayar adalah seluruh area dibawah kurva permintaan (penjumlahan dari surplus konsumen dan produsen).

Konsep pengukuran utilitas dengan menggunakan WTP ini telah banyak dilakukan terutama untuk barang atau jasa publik yang tidak diperdagangkan (Zhao & Kling, 2004). Studi-studi tentang penggunaan *Willingness to Pay* dalam barang atau jasa publik telah banyak dilakukan dalam bidang tertentu, diantaranya keselamatan mengkonsumsi makanan (*food safety*) (Rozan, et al, 2004).

b. Metode untuk Memperoleh WTP

Pengukuran WTP dapat dilakukan dengan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM). CVM adalah metode untuk mengukur keinginan seseorang membayar barang/jasa yang tidak secara umum memiliki pasar atau merupakan jenis produk baru bagi konsumen dan langkah terakhir untuk mengetahui kesediaan membayar (*willingness to pay*) yaitu dengan cara mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap WTP (Fauzi, 2004). Secara umum, CVM bertujuan untuk mengetahui keinginan membayar (WTP) dari masyarakat. Menurut Hanley dan Splish (1993) CVM mempunyai kelemahan dan kelebihan sebagai berikut.

1) Kelemahan *Contingent Valuation Method*

Contingent Valuation Method memiliki kelemahan yaitu munculnya berbagai bias dalam pengumpulan data. Bias dapat terjadi disebabkan oleh bias strategi, bias rancangan, bias mental account, dan kesalahan pasar hipotesis.

a) Bias strategi

Adanya kemungkinan responden yang memberikan nilai WTP relatif lebih kecil karena alasan bahwa ada responden lain yang akan membayar dengan harga yang lebih tinggi. Terdapat empat langkah untuk meminimalkan bias strategi yaitu menghilangkan outlier, penekanan bahwa pembayaran oleh responden adalah dapat dijamin, menyembunyikan nilai tawaran

responden lain, dan membuat perubahan lingkungan bergantung pada nilai tawaran.

b) Bias rancangan

Rancangan studi CVM mencakup cara informasi yang disajikan, instruksi yang diberikan, format pertanyaan, dan jumlah serta tipe informasi yang disajikan kepada responden. Beberapa hal dalam rancangan survei yang dapat mempengaruhi responden yaitu pemilihan jenis tawaran (*bid vehicle*), bias titik awal (*starting point bias*), dan sifat informasi yang ditawarkan (*nature of information provided*). Tanggapan responden dapat dipengaruhi oleh pasar hipotesis maupun komoditas spesifik yang diinformasikan pada saat survei.

c) Bias *mental account*

Bias ini terkait dengan langkah proses pembuatan keputusan seorang individu dalam memutuskan seberapa besar pendapatan, kekayaan, dan waktunya yang dapat dihabiskan untuk benda lingkungan tertentu dalam periode waktu tertentu.

d) Kesalahan pasar hipotesis

Kesalahan pasar hipotetik terjadi jika fakta yang ditanyakan kepada responden di dalam pasar hipotetik membuat tanggapan responden berbeda dengan konsep yang diinginkan peneliti sehingga nilai WTP yang dihasilkan menjadi berbeda dengan nilai yang sesungguhnya. Terjadinya bias pasar hipotetik

bergantung pada bagaimana pertanyaan disampaikan ketika melaksanakan survei, seberapa realistis responden merasakan pasar hipotetik akan terjadi, dan bagaimana format WTP yang digunakan. Solusi untuk menghilangkan bias ini salah satunya yaitu desain dari alat survei sedemikian rupa sehingga memaksimalkan realitas dari situasi yang akan diuji dan melakukan pengulangan kembali untuk konsistensi dari responden.

2) Kelebihan *Contingent Valuation Method*

Penggunaan CVM dalam memperkirakan nilai ekonomi suatu lingkungan memiliki kelebihan-kelebihan sebagai berikut :

- (1) Dapat diaplikasikan pada semua kondisi dan memiliki dua hal penting yaitu seringkali menjadi satu-satunya teknik untuk mengestimasi manfaat dan dapat diaplikasikan pada berbagai konteks kebijakan lingkungan.
- (2) Dapat digunakan dalam berbagai macam penilaian barang-barang lingkungan di sekitar masyarakat.
- (3) Dibandingkan dengan teknik penilaian lingkungan lainnya, CVM memiliki kemampuan untuk mengestimasi nilai non-pengguna. Dengan CVM, seseorang mungkin dapat mengukur utilitas dari penggunaan barang lingkungan bahkan jika tidak digunakan secara langsung.

(4) Meskipun teknik dalam CVM membutuhkan analisis yang kompeten, namun hasil dari penelitian menggunakan metode ini tidak sulit untuk dianalisis dan dijabarkan.

3) Tahap Operasional Pendekatan *Contingent Valuation Method*

Menurut Akhmad Fauzi, tahap operasional penerapan pendekatan CVM terdiri dari 5 tahap, yaitu:

(1) Membuat Hipotesis Pasar

Pada awal proses kegiatan CVM, seorang peneliti harus terlebih dahulu membuat hipotesis pasar terhadap sumber daya yang akan dievaluasi.

(2) Mendapatkan Nilai Lelang

Tahap berikutnya yaitu memperoleh nilai lelang yang dapat dilakukan dengan survei, baik survei langsung dengan kuesioner, wawancara melalui telepon, maupun lewat surat. Dari ketiga cara tersebut, survei langsung akan memperoleh hasil yang lebih baik. Tujuan dari survei ini adalah untuk memperoleh nilai maksimum WTP. Mendapatkan nilai lelang bisa dilakukan dengan teknik:

(a) Permainan lelang (*Bidding Game*)

Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan secara berulang-ulang kepada responden tentang apakah mereka ingin membayar sejumlah tertentu. Nilai ini kemudian bisa dinaikkan atau diturunkan tergantung

respons atas pertanyaan sebelumnya. Pertanyaan dihentikan sampai nilai yang tetap diperoleh.

(b) Open ended question

Responden diberikan kebebasan untuk menyatakan nilai moneter yang ingin dibayarkan.

(c) Closed ended question

Responden diberikan beberapa tawaran nilai WTP yang disarankan kepada mereka untuk dipilih, sehingga responden dapat memberi jawaban sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka.

(d) Payment Card

Nilai lelang dengan teknik ini diperoleh dengan cara menanyakan apakah responden mau membayar pada kisaran nilai tertentu dari nilai yang sudah ditentukan sebelumnya. Nilai ini ditunjukkan kepada responden melalui kartu.

(e) Model Referendum

Responden diberi suatu nilai rupiah, kemudian diberi pertanyaan setuju atau tidak.

(3) Menghitung Rataan WTP

Setelah survei dilaksanakan, tahap berikutnya adalah menghitung nilai rata-rata WTP setiap individu. Nilai ini dihitung berdasarkan nilai lelang yang diperoleh pada tahap dua.

Perhitungan ini biasanya didasarkan pada nilai mean (rata-rata) dan nilai median (tengah). Pada tahap ini harus diperhatikan kemungkinan timbulnya *outlier*.

(4) Memperkirakan Kurva Lelang (*Bid Curve*)

Pada tahap ini, penjumlahan data merupakan proses dimana nilai rata-rata WTP dikonversikan terhadap total populasi yang dimaksud. Setelah menduga nilai rata-rata WTP maka dapat diduga nilai total WTP dari responden dengan menggunakan rumus :

$$WTP = f(\text{jumlah responden, besarnya nilai WTP})$$

Keterangan:

Jumlah Responden = banyaknya responden yang bersedia membayar

Besarnya Nilai WTP = nilai maksimal yang bersedia dibayarkan

(5) Mengagregatkan Data

Tahap terakhir dalam teknik CVM adalah mengagregatkan rata-rata lelang yang diperoleh pada tahap tiga. Proses ini melibatkan konversi data rata-rata sampel ke rata-rata populasi secara keseluruhan. Salah satu cara untuk mengkonversi ini adalah mengalikan rata-rata sampel dengan jumlah rumah tangga dalam populasi.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay*

Berdasarkan penelitian oleh Kamaruddin *et al.* (2012), Winda Dian Nuriana (2013), dan Wilda Rizkilia Putri (2016).

1) Pendapatan

Menurut Kamaruddin *et al.* (201) dan Wilda Rizkilia Putri (2016), pendapatan berpengaruh terhadap WTP. Semakin tinggi pendapatan rumah tangga, semakin tinggi pula jumlah kesediaan untuk membayar produk bersertifikat halal. Kemampuan financial yang tinggi membuat orang mampu membeli barang-barang dengan kualitas terbaik yang konsumen inginkan.

Pendapatan rumah tangga adalah pendapatan/penghasilan yang diterima oleh rumah tangga baik yang berasal dari kepala keluarga maupun pendapatan anggota rumah tangga. Pendapatan rumah tangga dapat berasal dari balas jasa tenaga kerja/pekerja (upah dan gaji, serta keuntungan lainnya), balas jasa kapital (bunga, bagi hasil, dan lain-lain), dan pendapatan yang berasal dari pemberian pihak lain (transfer) (Badan Pusat Statistik).

2) Tingkat Pendidikan

Menurut Carter V. Good, dalam Dictionary of Education, pendidikan itu adalah (1) proses perkembangan kecakapan seseorang dalam bentuk sikap dan perilaku yang berlaku dalam masyarakatnya, (2) proses sosial ketika seseorang dipengaruhi oleh

suatu lingkungan yang terpimpin, sehingga dia dapat mencapai kecakapan sosial dan mengembangkan pribadinya.

Dalam penelitian Winda Dian Nuriana (2013) dan Wilda Rizkilia Putri (2016), tingkat pendidikan berpengaruh terhadap WTP. Peluang kesediaan membayar responden yang berpendidikan tinggi akan lebih tinggi bila dibandingkan dengan responden yang tidak berpendidikan tinggi. Hal ini disebabkan karena semakin tinggi tingkat pendidikan maka akan semakin tinggi pula kesadaran untuk memilih kualitas makanan yang baik dan bersertifikat halal.

3) Intensitas Mengamati Label Halal

Menurut Winda Dian Nuriana (2013), intensitas mengamati label halal berpengaruh terhadap WTP. Hal ini disebabkan karena tingkat kepedulian konsumen terhadap label halal pada kemasan produk cukup tinggi.

4) Usia

Menurut Kamaruddin et al. (2012) dan Wilda Rizkilia Putri (2016), usia berpengaruh terhadap WTP. Konsumen dengan usia muda terbukti lebih menjaga kesehatan dan membeli produk yang sudah pasti kebersihannya.

5) Kesadaran akan Pentingnya Produk Bersertifikat Halal

Menurut Wilda Rizkilia Putri (2016), kesadaran akan pentingnya produk bersertifikat halal berpengaruh terhadap WTP.

Hal ini terbukti dengan konsumen ingin membayar lebih tinggi untuk produk bersertifikat halal.

2. Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai:

setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Pendapat lain merumuskan bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri ataupun secara kolektif (Muhammad Djakfar, 2012:141).

Namun dalam Islam, pengertian konsumen belum dikonkretkan secara definitif. Mengutip pendapat M. Abdul Mannan, konsumen dalam suatu masyarakat Islam hanya dituntut secara ketat dengan sederetan larangan (yakni: makan babi, minum-minuman keras, mengenakan pakaian sutera dan cincin emas untuk pria, dan seterusnya) (Muhammad Djakfar, 2012:142)..

Oleh karena itu, yang dimaksud konsumen menurut penulis adalah “setiap individu atau badan pengguna barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya maupun orang lain dengan memperhatikan larangan yang ada.” Bagi konsumen muslim dalam mengonsumsi sebuah produk bagaimanapun harus yang halal dan baik.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi

Seseorang dapat berkonsumsi bila orang tersebut mempunyai barang konsumsi. Untuk mendapatkan barang konsumsi, orang harus memiliki uang. Banyaknya barang konsumsi yang dapat diperoleh dengan uang itu tergantung dari banyaknya barang yang disediakan oleh masyarakat serta harga barang tersebut. Oleh karena itu, besarnya konsumsi seseorang akan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti:

1) Pendapatan

Menurut Wahyu Adji (2004: 3) “pendapatan atau *income* adalah uang yang diterima oleh seseorang dari perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, dan laba termasuk juga beragam tunjangan, seperti kesehatan dan pensiun”. Menurut Soekartawi (2002: 132) “pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang akan dikonsumsi”. Bertambahnya pendapatan akan menyebabkan barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian.

2) Pendidikan

Pendidikan seseorang juga mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Apabila pendidikan tinggi, maka konsumsi akan suatu kebutuhan juga akan semakin berkualitas baik (Setiadi, 2003).

3) Harga Barang

Jika harga barang naik, maka daya beli konsumen cenderung menurun. Sedangkan, jika harga barang dan jasa turun maka daya beli konsumen akan naik. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan (Setiadi, 2003).

4) Tingkat Kebutuhan

Kebutuhan setiap orang berbeda-beda. Seseorang yang tinggal di kota akan memiliki daya beli yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang tinggal didesa (Setiadi, 2003).

5) Selera

Selera mempengaruhi pola konsumsi seseorang. Diantara orang-orang yang berumur dan berpendapatan sama, beberapa orang akan melakukan konsumsi yang lebih banyak daripada yang lain. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan selera seseorang. Orang yang mempunyai selera tinggi cenderung akan melakukan konsumsi lebih banyak daripada orang yang mempunyai selera rendah. Namun, adakalanya seseorang mengubah tingkat selernya

karena mereka menerapkan sikap penghematan (Suparmoko, 1998: 79).

6) Pengalaman mengkonsumsi

Menurut Mowen dan Minor (2001: 84) “pengalaman konsumsi adalah kesadaran dan perasaan yang dialami konsumen selama pemakaian produk atau jasa”. Pengalaman umumnya merupakan sarana yang lebih efektif untuk mendapatkan pengetahuan bagi konsumen, oleh karenanya orang yang berpengalaman mudah menerima informasi dari lingkungan sekitar sehingga lebih baik dalam mengambil keputusan. Pengalaman mengkonsumsi barang atau jasa akan menjadi memori bagi konsumen, puas atau tidak puas akan selalu diingat oleh konsumen. Semakin baik pengalaman yang didapatkan oleh konsumen, semakin besar peluang minat untuk melakukan pembelian lagi.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Konsumsi adalah permintaan (demand), sedangkan produksi adalah penawaran (supply). Perbedaan antara ilmu ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui keinginan materialis semata sebagaimana pola konsumsi modern. Adapun yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah:

- 1) Pengaruh kebudayaan yang mencakup kultur, subkultur, dan kelas sosial.
- 2) Pengaruh sosial yang mencakup kultur rujukan, keluarga, peran, dan status sosial.
- 3) Pengaruh personal yang mencakup usia, tahap daur hidup, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.
- 4) Pengaruh psikologi yang mencakup motivasi, persepsi, *leaning*, kepercayaan, dan sikap.

Rasional atau tidaknya seorang konsumen dalam melakukan tindakan konsumsi dipengaruhi oleh:

- 1) Tingkat pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka cenderung semakin rasional pilihan yang dibuat orang tersebut.
- 2) Tingkat kedewasaan. Semakin dewasa seseorang, maka orang tersebut cenderung semakin bijaksana dalam bertindak.
- 3) Kematangan emosional. Orang yang mampu mengendalikan diri tidak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan, dapat berpikir secara jernih, dan teliti dalam memilih sehingga cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan.

3. Label Halal

a. Pengertian Label

Label adalah suatu informasi atau keterangan yang terdapat di bagian luar kemasan sebuah produk. Pada label produk terdapat tulisan

yang memberikan informasi mengenai nama produk, kegunaan produk, keunggulan produk, petunjuk penggunaan, komposisi produk, serta informasi lainnya. Hampir semua produk konsumen, terutama makanan dan minuman memiliki label produk (Tim Literatur Media Sukses, 2009: 8).

Berdasarkan Peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label halal dan iklan pangan menyebutkan:

label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.

b. Pengertian Label Halal

Label halal adalah label yang dicantumkan pada kemasan pangan yang mengindikasikan bahwa suatu produk telah menjalani proses pemeriksaan kehalalan dan telah dinyatakan halal (Departemen Ilmu Teknologi Pangan IPB, 2010).

Berikut ini label halal resmi dari LPPOM MUI dan jenis-jenis label halal palsu yang beredar di masyarakat.



NO. 00160068270214

Gambar 2. Label Halal Resmi dari LPPOM MUI
Sumber: www.halalmui.org



Gambar 3. Label Halal Palsu

Sumber: economy.okezone.com, riau.go.id, poskotanews.com

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Pasal 10, setiap orang yang memproduksi atau memalsukan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.

Ada beberapa proses yang harus dilalui oleh para produsen yang ingin mendapatkan keterangan halal untuk produk yang diproduksinya. Tetapi sebelum mendapatkan label halal, sebuah produk yang diproduksi oleh sebuah perusahaan harus terlebih dahulu memperoleh sertifikat halal dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau sering disebut dengan LPPOM MUI.

c. Pengertian Sertifikat Halal

Sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat halal dapat

digunakan untuk pembuatan label bagi produk yang bersangkutan. Penempelan label harus mengikuti peraturan dari Departemen Kesehatan. Sertifikat yang sudah berakhir masa berlakunya termasuk foto kopinya tidak boleh dipergunakan kembali atau dipasang untuk maksud-maksud tertentu.

Sertifikat halal yang dikeluarkan LPPOM-MUI adalah milik LPPOM-MUI. Oleh karena itu, jika karena sesuatu hal diminta kembali oleh LPPOM-MUI, pemegang sertifikat wajib menyerahkannya dan sertifikat ini tidak dapat dipindahtangankan. Pemegang sertifikat halal dari LPPOM-MUI bertanggungjawab memelihara kehalalan produk yang diproduksinya. Jika sertifikat ini hilang, pemegang sertifikat harus segera melaporkannya ke LPPOM-MUI.

d. Syarat Produk Halal

Produk halal menurut ketentuan LPPOM-MUI adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at Islam, yaitu:

- 1) Tidak mengandung babi atau produk yang berasal dari babi serta tidak menggunakan alkohol sebagai salah satu komposisi yang sengaja ditambahkan.
- 2) Daging yang digunakan bersalah dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syari'at Islam.
- 3) Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol.

- 4) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, dan tempat transportasi tidak digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syari'at Islam.

Ketentuan LPPOM-MUI tersebut didasarkan atas fatwa MUI yang tidak dapat diganggu gugat.

e. Kesadaran Kehalalan

Menurut Neil Aldrin, kesadaran didefinisikan sebagai:

suatu keadaan dimana seseorang mampu melihat, mengetahui, dan merasakan suatu peristiwa atau benda, sehingga dapat memersepsikan hal-hal tersebut dengan tepat.

Menurut Ahmad, Abaidah, dan Yahya (2013) kesadaran halal akan diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang muslim tentang apa itu halal dan memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi. Jadi, kesadaran kehalalan adalah suatu keadaan dimana seorang muslim dapat memersepsikan dan mengerti tentang makanan halal karena mengkonsumsi makanan halal adalah hal yang penting bagi seorang muslim.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai judul belum pernah dilakukan sebelumnya. Namun, penelitian yang relevan dengan penelitian tersebut sudah pernah dilakukan sebelumnya, yaitu:

1. Rohana Kamaruddin, Hadijah Iberahim, dan Alwi Shabudin, tahun 2012 dengan penelitian berjudul "*Willingness to Pay for Halal Logistics: The*

lifestyle choice.” Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang kesediaan membayar responden akan produk makanan halal. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa responden yang bersedia membayar untuk logistik halal karena permintaan dan biaya terhadap Layanan Logistik halal. Hasil kajian ini memfasilitasi pembentukan persyaratan kebijakan yang efisien dan realistis logistik halal di Malaysia. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap besaran WTP adalah variabel status dalam rumah tangga dalam hal ini responden ibu, variabel pendapatan rumah tangga, dan variabel biaya. Sedangkan variabel kesadaran kehalalan tidak mempengaruhi secara signifikan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel bebas (X_1 dan X_3) dan variabel terikat (Y) yang akan diteliti, yaitu pendapatan, kesadaran kehalalan, dan *willingness to pay*. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel bebas (X_2) dan teknik analisis yang digunakan. Pada penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah regresi logistik. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik analisis regresi ganda dengan pendekatan *Ordinary Least Squares* (OLS).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Winda Dian Nurina dalam skripsi “Analisis *Willingness to Pay* terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen pengguna produk kosmetik Wardah, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi, dan menghitung

besarnya *willingness to pay* (WTP) responden terhadap pembayaran tambahan sertifikasi halal pada produk Wardah. Responden berjumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi secara signifikan kesediaan membayar tambahan terhadap sertifikasi halal adalah variabel tingkat pendidikan dan intensitas responden dalam mengamati label halal pada kemasan produk kosmetik, sedangkan variabel tingkat pendapatan serta variabel kesadaran tidak mempengaruhi secara signifikan kesediaan membayar sertifikasi halal kosmetik.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel bebas (X_1 dan X_3) dan variabel terikat (Y) yang akan diteliti, yaitu pendapatan, kesadaran kehalalan, dan *willingness to pay*. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel bebas (X_2) dan teknik analisis yang digunakan. Pada penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah regresi logistik. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik analisis regresi ganda dengan pendekatan *Ordinary Least Squares* (OLS).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Wilda Rizkilia Putri dalam skripsi “Analisis *Willingness to Pay* Konsumen terhadap Daging Ayam Ras Bersertifikat Halal.” Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya daging ayam bersertifikat halal, mengestimasi nilai WTP yang bersedia di bayarkan masyarakat pada daging ayam bersertifikat halal, menganalisis variabel pendapatan rumah tangga per bulan, tingkat pendidikan, usia, konsumsi daging ayam,

kesadaran kehalalan, dan jumlah anggota keluarga mempengaruhi besaran nilai kesediaan membayar. Penelitian melibatkan 102 responden. Hasil dalam penelitian yaitu terdapat 96 responden dari 102 yang menyatakan bersedia membayar daging bersertifikasi halal dengan rentang Rp 36.500,00 per kilogram hingga Rp 39.000,00 per kilogram. Variabel yang berpengaruh terhadap kemauan bayar responden antara lain adalah: variabel pendapatan, pendidikan, konsumsi daging ayam, faktor kesadaran mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variabel kemauan bayar konsumen. Variabel usia mempengaruhi signifikan dengan bertanda negative.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel bebas (X_1 dan X_3) dan variabel terikat (Y) yang akan diteliti, yaitu pendapatan, kesadaran kehalalan, dan *willingness to pay*. Selain itu, terdapat persamaan pada teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis regresi ganda dengan pendekatan *Ordinary Least Squares* (OLS). Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel bebas (X_2) dan teknik analisis yang digunakan.

C. Kerangka Berpikir

Menurut Fitrianti (2016:43), kerangka berpikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka berpikir merupakan buatan kita sendiri, bukan dari buatan orang lain. Kerangka berpikir harus disusun secara logis dan sistematis agar argumentasi peneliti dapat diterima oleh sesama ilmuwan. Kerangka berpikir ini disusun

berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Kerangka berpikir dari penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Pengaruh pendapatan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Pendapatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumsi seseorang. Seseorang yang mempunyai pendapatan besar cenderung akan mempunyai konsumsi yang lebih besar dikarenakan menjadi makin konsumtif dan semakin menuntut kualitas yang baik. Kualitas yang baik pada makanan bagi masyarakat muslim juga tercermin dari produk-produk yang memiliki label halal karena baik dan tidak menjijikkan sehingga tidak membahayakan tubuh.

Penelitian ini menganalisis pengaruh pendapatan (uang saku per bulan) mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Pendapatan yang berbeda-beda dari setiap mahasiswa akan mempengaruhi kesanggupan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa. Oleh karena itu, pendapatan dapat mempengaruhi *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

2. Pengaruh pengalaman mengkonsumsi mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Pengalaman mengkonsumsi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap

suatu barang atau jasa. Semakin baik pengalaman yang didapatkan oleh konsumen, semakin besar peluang minat untuk melakukan pembelian lagi. Bila konsumen mendapatkan pengalaman yang baik ketika mengkonsumsi mie samyang, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Hal ini juga memungkinkan untuk konsumen bersedia membayar lebih pada produk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Oleh karena itu, pengalaman mengkonsumsi dapat mempengaruhi *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

3. Pengaruh kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

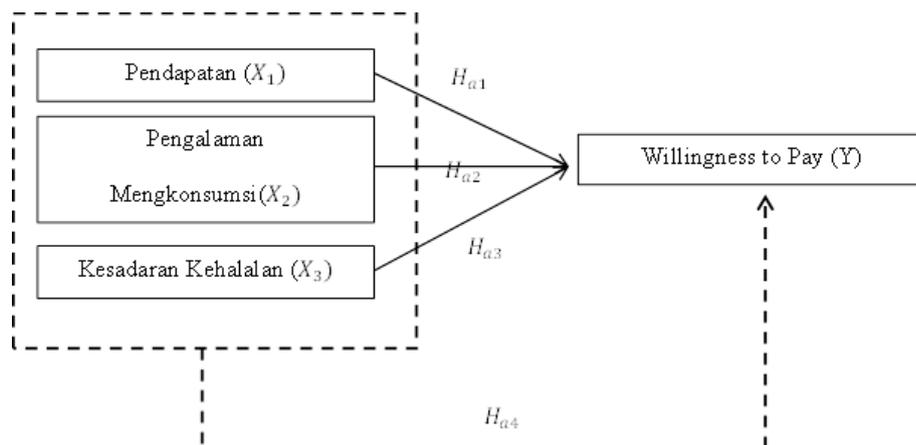
Kesadaran kehalalan adalah suatu keadaan dimana seorang muslim dapat memersepsikan dan mengerti tentang makanan halal karena mengkonsumsi makanan halal adalah hal yang penting bagi seorang muslim. Semakin masyarakat sadar bahwa mengkonsumsi makanan halal akan berdampak baik bagi dirinya, maka kesadaran kehalalan akan mempengaruhi besaran nilai kesediaan membayar konsumen terhadap makanan halal yaitu mie samyang. Oleh karena itu, kesadaran kehalalan dapat mempengaruhi *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

4. Pengaruh pendapatan (uang saku per bulan), pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun

angkatan 2014-2017 secara bersama-sama (simultan) terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Kegiatan konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu pendapatan dan pengalaman mengkonsumsi. Selain itu, masyarakat muslim dalam melakukan konsumsi hendaknya memperhatikan kehalalan dari suatu produk sebab kesadaran kehalalan ini akan berpengaruh terhadap keselamatan dirinya dan dengan mengkonsumsi produk halal maka hidupnya akan diberkahi oleh Allah SWT. Tentunya hal tersebut akan berdampak pada besaran nilai kesediaan masyarakat untuk membayar produk mie samyang berlabel halal. Oleh karena itu, pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan dapat mempengaruhi *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, paradigma penelitian ini adalah:



Gambar 4. Paradigma Penelitian

Keterangan:

- > = Pengaruh masing-masing variabel
- - - - -> = Pengaruh variabel secara simultan

- H_{a1} = Pengaruh X_1 terhadap Y
- H_{a2} = Pengaruh X_2 terhadap Y
- H_{a3} = Pengaruh X_3 terhadap Y
- H_{a4} = Pengaruh $X_1, X_2,$ dan X_3 terhadap Y

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2012:64).

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berpikir di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H_{a1} : Pendapatan (uang saku per bulan) mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

H_{a2} : Pengalaman mengkonsumsi mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

H_{a3} : Kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

H_{a4} : Pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Willingness to pay konsumen terhadap mie samyang berlabel halal merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian ini berusaha untuk melihat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap WTP dan besaran nilai kesediaan membayar konsumen terhadap mie samyang berlabel halal di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari subjek. Data primer akan diperoleh dari responden melalui kuesioner yang akan di bagikan pada mahasiswa muslim S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil dari kuesioner akan dimanfaatkan sebagai pendukung dari penggunaan *Contingent Valuation Method* (CVM) dalam analisis *Willingness to Pay* (WTP). Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari subjek penelitian. Data sekunder akan diperoleh dari buku, jurnal, dan internet yang terkait dengan penelitian ini.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Pemilihan Fakultas Ekonomi sebagai tempat penelitian

didasarkan atas pertimbangan keterjangkauan lokasi penelitian yang dilihat dari segi biaya, waktu, dan tenaga yang dimiliki oleh peneliti. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2018 sampai dengan Februari 2018.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan objek pengamatan yang akan diteliti atau jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti (Muharto, dkk, 2016:78). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah mahasiswa muslim di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Muslim di Fakultas Ekonomi UNY tahun 2014-2017

Program Studi	Tahun Angkatan				Total
	2014	2015	2016	2017	
Akuntansi - D3	48	53	86	73	260
Akuntansi - S1	106	106	110	62	384
Manajemen - S1	91	133	105	70	399
Pemasaran - D3	53	58	85	69	265
Pend. Administrasi Perkantoran - S1	81	75	82	44	282
Pend. Akuntansi - S1	99	68	79	68	314
Pend. Ekonomi - S1	73	56	70	63	262
Sekretari - D3	57	55	73	64	249
Total	608	604	690	513	2415

Sumber: Sub. Bagian Informasi Akademik UNY

Sampel atau contoh adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti (Muharto, dkk, 2016:78). Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim S1 di Fakultas Ekonomi UNY yang mau membayar lebih untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Mahasiswa muslim S1 dipilih sebab tidak semua program studi

yang ada di Fakultas Ekonomi memiliki jenjang D3 sehingga untuk menetralkan maka dipilihlah jenjang S1.

Bentuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* jenis *stratified proportional random sampling*. *Stratified random sampling* digunakan apabila dalam suatu populasi memiliki beberapa kelompok yang karakteristiknya berbeda, umumnya suatu kelompok memiliki jenjang atau tingkat yang lebih tinggi dibanding kelompok lainnya. Dalam penelitian ini populasi mahasiswa FE UNY terbagi dari angkatan 2014 sampai dengan 2017 maka populasi penelitian ini dikatakan berstrata. Pengambilan sampel diambil secara proporsional untuk setiap kelompok, maka pengambilan sampel ini sering juga disebut dengan *stratified proportional random sampling* (Azuar, dkk. 2014:55).

Tabel 2. Jumlah Populasi Mahasiswa Muslim S1 di Fakultas Ekonomi UNY tahun 2014-2017

Program Studi	Tahun Angkatan				Total
	2014	2015	2016	2017	
Akuntansi - S1	106	106	110	62	384
Manajemen - S1	91	133	105	70	399
Pend. Administrasi Perkantoran - S1	81	75	82	44	282
Pend. Akuntansi - S1	99	68	79	68	314
Pend. Ekonomi - S1	73	56	70	63	262
Total	450	438	446	307	1641

Sumber: Sub. Bagian Informasi Akademik UNY

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1641 orang mahasiswa muslim di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Total sampel

ditentukan dengan rumus yang dikemukakan oleh Slovin sebab jumlah populasi penelitian mencapai jumlah ribuan.

Rumus Slovin:

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

Di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%

(Tesis Disertasi, 2007)

Dengan populasi penelitian sebanyak 1641 orang mahasiswa muslim di Fakultas Ekonomi UNY, maka penggunaan Rumus Slovin adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{1641}{1 + 1641(0,10)^2} \\ &= \frac{1641}{1 + 16,41} \\ &= \frac{1641}{17,41} \\ &= 94,2561746 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan setelah dibulatkan menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak 94 responden yang ditarik dari populasi penelitian

sebanyak 1641 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY. Selanjutnya, berdasarkan jumlah sampel yang sudah ditentukan, maka dilakukan pendistribusian sampel penelitian menurut jumlah subyek pada sub populasi penelitian dengan menggunakan rumus:

$$\text{Sampel Subkelompok} = \frac{\text{Jumlah masing-masing Kelompok}}{\text{Jumlah Total}} \times \text{Besar Sampel}$$

(Muri Yusuf, 2017: 162)

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka sampel masing-masing kelompok yaitu:

Tabel 3. Jumlah Sampel Mahasiswa Muslim S1 di Fakultas Ekonomi UNY tahun 2014-2017 (setelah dibulatkan)

Program Studi	Tahun Angkatan				Total
	2014	2015	2016	2017	
Akuntansi - S1	6	6	6	4	22
Manajemen - S1	5	8	6	4	23
Pend. Administrasi Perkantoran - S1	5	4	5	3	17
Pend. Akuntansi - S1	6	4	5	4	19
Pend. Ekonomi - S1	4	3	4	4	15
Total	26	25	26	19	96

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Hasil perhitungan setelah dibulatkan menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian menjadi 96 responden. Penentuan anggota sampel dilakukan dengan mengacak NIM menggunakan MS. Excel sehingga dapat diketahui mahasiswa muslim yang akan dijadikan sampel. Dari 96 orang mahasiswa muslim hasil random NIM, didapatkan 63 orang mahasiswa muslim yang bersedia membayar lebih untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Oleh karena jumlah sampel belum terpenuhi, maka dilakukan lagi pengacakan

NIM untuk memperoleh 33 orang mahasiswa muslim yang akan dijadikan sampel dengan 2 kali random. Hasil random pertama, didapatkan 25 orang mahasiswa muslim yang bersedia membayar lebih untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dan 8 orang sisanya didapatkan dari hasil random kedua.

D. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel independen yaitu pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *willingness to pay*. Berikut ini adalah definisi operasional dari variabel dependen dan independen dalam penelitian ini.

1. *Willingness to Pay* (Y)

Willingness to pay merupakan kesanggupan konsumen untuk membeli suatu barang. WTP ditujukan untuk mengetahui daya beli konsumen. Setiap individu ataupun rumah tangga selalu berusaha untuk memaksimalkan utilitasnya dengan pendapatan tertentu, dan ini akan menentukan jumlah permintaan barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Utilitas yang akan didapat oleh seorang konsumen memiliki kaitan dengan harga yang dibayarkan yang dapat diukur dengan WTP. Dalam penelitian ini, *willingness to pay* akan diukur dengan menggunakan nilai lelang dan dinyatakan dalam satuan ribuan rupiah (000).

2. Pendapatan (X_1)

Pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang dari perusahaan. Kemampuan financial yang tinggi membuat orang mampu membeli barang-barang dengan kualitas terbaik yang konsumen inginkan. Semakin tinggi pendapatan rumah tangga, maka akan semakin tinggi jumlah kesediaan untuk membayar produk bersertifikat halal. Dalam penelitian ini, pendapatan dinyatakan dalam satuan ribuan rupiah (000).

3. Pengalaman mengkonsumsi (X_2)

Pengalaman konsumsi adalah kesadaran dan perasaan yang dialami konsumen selama pemakaian produk atau jasa. Pengalaman mengkonsumsi dari konsumen akan mempengaruhi keputusan konsumen. Pengalaman yang positif dan cenderung puas akan berdampak pada sikap yang positif dan mengarah pada pembelian ulang dan sebaliknya bila pengalaman konsumen bersifat negatif maka akan berdampak negatif pada sikap. Dalam penelitian ini, pengalaman mengkonsumsi dinyatakan dalam variabel *dummy* yaitu 1 untuk pernah mengkonsumsi dan 0 untuk tidak pernah mengkonsumsi.

4. Kesadaran kehalalan (X_3)

Kesadaran kehalalan adalah suatu keadaan dimana seorang muslim dapat mempersepsikan dan mengerti tentang makanan halal karena mengkonsumsi makanan halal adalah hal yang penting bagi seorang muslim. Dalam penelitian ini pengukuran variabel kesadaran kehalalan mengacu pada penelitian oleh Shaari dan Arifin (2010) serta Yunus,

Rashid, Ariffin dan Rashid (2013). Dalam penelitian ini, kesadaran kehalalan diukur dengan skor 1 sampai dengan 5 untuk setiap pertanyaan.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner atau angket. Kuesioner (angket) adalah suatu daftar yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dan pilihan jawaban mengenai variabel penelitian atau obyek yang diteliti (M. Muchson, 2018:24). Kuesioner akan diberikan kepada mahasiswa muslim di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk mengetahui *willingness to pay* responden terhadap mie samyang berlabel halal.

Jenis kuesioner yang akan diberikan adalah kuesioner terbuka dan tertutup. Kuesioner terbuka digunakan untuk menanyakan besaran pendapatan atau uang saku mahasiswa per bulan. Sedangkan kuesioner tertutup digunakan untuk mengetahui pengalaman mengkonsumsi, kesadaran kehalalan, dan nilai *willingness to pay* responden. Kuesioner terbuka adalah angket yang disajikan dalam bentuk sederhana sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya. Kuesioner tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan memberikan tanda silang atau tanda check list (Zulfikar, dkk. 2014:151). Skala pengukuran yang digunakan untuk variabel kesadaran kehalalan dalam

penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala.

Tabel 4. Skala Likert

No	Pilihan Jawaban	Skor Positif	Skor Negatif
1.	Sangat Setuju	5	1
2.	Setuju	4	2
3.	Netral	3	3
4.	Tidak Setuju	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber: Suryani, Hendryadi (2015:131)

2. Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan instrumen berupa lembar kuesioner atau angket. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini mengadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Shaari dan Arifin. Pertanyaan dalam penelitian ini mengadopsi karena penelitian yang dilakukan oleh Shaari dan Arifin yang berjudul “Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study” mengkaji 9 dimensi untuk mengukur minat membeli produk sehingga salah satu variabelnya dapat digunakan untuk penelitian ini dengan beberapa penyederhanaan.

Selain itu, pertanyaan dalam penelitian ini juga mengadopsi penelitian dari Nor Sara Nadia Muhamad Yunus, Wan Edura Wan Rashid, Norafifa Mohd Ariffin, dan Norhidayah Mohd Rashid yang berjudul “Muslim’s Purchase Intention towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer”, penelitian ini digunakan sebab variabel kesadaran kehalalan mempengaruhi minat beli konsumen muslim pada produk halal

yang diproduksi oleh produsen non-muslim. Adapun langkah-langkah penyusunan instrumen adalah membuat kisi-kisi. Kisi-kisi instrumen dari variabel kesadaran kehalalan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen untuk variabel Kesadaran Kehalalan terhadap *Willingness to Pay*

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Nomor Item Positif	Nomor Item Negatif
Kesadaran Kehalalan (X_3) mengadopsi dari Penelitian Shaari dan Arifin (2010), Yunus, Rashid, Ariffin dan Rashid (2013)	Pemahaman atau Pengetahuan	Angket	9,15	1,5
	Sadar akan Halal		2,13	11,14
	Kebersihan dan Keamanan Produk		4,6,7,8,12	3,10

F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Kuesioner

Sebagai instrumen ukur dalam penelitian, kuesioner atau angket harus memenuhi kriteria tertentu sehingga dapat memberikan informasi yang terpercaya. Kriteria tersebut adalah angket harus mempunyai validitas dan reliabilitas yang baik. Sebuah instrumen dikatakan valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015: 173). Sifat valid dan reliabel diperlihatkan oleh tingginya validitas dan reliabilitas hasil ukur suatu pengukuran. Suatu instrumen ukur yang tidak valid atau tidak reliabel akan memberikan informasi yang tidak akurat mengenai keadaan subjek atau responden atau individu yang dikenai pengukuran atau tes tersebut. Apabila informasi keliru digunakan sebagai dasar dalam pengambilan

suatu kesimpulan dan keputusan, maka tentu saja kesimpulan dan keputusan itu tidak tepat (Muhammad Nisfiannoor. 2009: 212).

Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program *Microsoft Office Excel* dan Program *SPSS 15 for Windows*. Pengujian validitas untuk variabel kesadaran kehalalan dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan rumus:

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

Di mana:

r_{xy} = koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total

n = jumlah responden

X = skor butir pada nomor butir ke- i

Y = skor total responden

(Agus Purwoto, 2007:12)

Jika nilai korelasi (r) yang diperoleh adalah positif, kemungkinan butir yang diuji tersebut adalah valid. Namun, walaupun positif, perlu pula nilai korelasi (r) yang dihitung tersebut dilihat signifikan tidaknya dengan membandingkan nilai korelasi r hitung dengan r tabel. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel, maka butir instrumen adalah valid (Azuar Juliandi, dkk. 2014:77). Hasil uji validitas dengan $n=30$ pada taraf signifikansi 5% adalah 0,361. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari 0,361. Hasil uji validitas dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Kehalalan

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Butir 1	0,764	0,361	Valid
Butir 2	0,453	0,361	Valid
Butir 3	0,837	0,361	Valid
Butir 4	0,338	0,361	Tidak Valid
Butir 5	0,739	0,361	Valid
Butir 6	0,422	0,361	Valid
Butir 7	0,594	0,361	Valid
Butir 8	0,281	0,361	Tidak Valid
Butir 9	0,736	0,361	Valid
Butir 10	0,832	0,361	Valid
Butir 11	0,587	0,361	Valid
Butir 12	0,703	0,361	Valid
Butir 13	0,775	0,361	Valid
Butir 14	-0,055	0,361	Tidak Valid
Butir 15	0,657	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Instrumen angket terdiri dari 15 butir pernyataan. Setelah dilakukan analisis, diperoleh 12 butir pernyataan valid dan 3 butir pernyataan tidak valid, sehingga 12 butir pernyataan yang valid digunakan sebagai instrumen kesadaran kehalalan. Sementara, 3 butir pernyataan yang tidak valid dianggap gugur dan tidak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas Kuesioner

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten (Husein Umar, 2002: 113).

Uji reliabilitas tes dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's alpha*. *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu

konstruk. Nilai alpha harus lebih besar dari 0,60 (Syamsul Bahri, dkk. 2015: 36). Rumus *Cronbach's alpha* adalah:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Di mana:

r = Reliabilitas Instrumen

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_1^2 = Varians total

(Azuar Juliandi, dkk, 2014 :82)

Setelah didapat reliabilitas instrumen kemudian hasilnya diinterpretasikan. Apabila nilai r lebih dari 0,60 maka instrumen dikatakan reliabel, dan sebaliknya. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Kehalalan

Variabel	Alpha	Keterangan
Kesadaran Kehalalan	0,889	Reliabel

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Dari tabel diatas, dapat dilihat nilai koefisien Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Pengujian kuesioner dalam penelitian ini menggunakan teknik uji coba terpisah. Penggunaan uji coba terpisah dikarenakan jika banyak item yang gugur, peneliti masih bisa merevisi dan meningkatkan kualitas data yang digunakan.

G. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis secara kuantitatif. Pengolahan dan analisis data dilakukan secara manual dan menggunakan komputer dengan program *Microsoft Office Excel* dan Program *SPSS 15 for Windows*.

1. Analisis Deskriptif

Dalam suatu penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari lapangan terkumpul. Analisis data deskriptif adalah cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum/generalisasi. Ciri-ciri analisis data deskriptif adalah penyajian data lebih ditekankan dalam bentuk tabel, grafik, dan ukuran-ukuran statistik seperti presentase, mean, median, modus, dan tabel kecenderungan. Selain itu, analisis deskriptif tidak menggunakan uji signifikansi dan taraf kesalahan karena tidak ada kesalahan generalisasi (Agus Purwoto, 2007: 1).

a. Mean

Mean adalah angka yang diperoleh dari pembagian penjumlahan nilai-nilai dengan banyaknya jumlah data. Rumus mean yang digunakan yaitu:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i X_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = mean atau rata-rata

f_i = jumlah frekuensi untuk seluruh nilai

X_i = nilai

(Pangestu Subagyo, 2011: 20)

b. Median

Median adalah nilai yang membagi data menjadi dua bagian yang sama, apabila data itu diurutkan dari yang terkecil sampai dengan yang terbesar. Untuk data yang tidak dikelompokkan, maka letak median berada pada data yang ke- $(n+1)/2$. Sehingga median adalah data yang letaknya sesuai dengan ketentuan tersebut. Besar median dapat dicari dengan rumus:

$$Median = L + C \left[\frac{f_i}{f_m} \right]$$

Keterangan:

L = class boundary bawah dari kelas yang mengandung median, sama dengan pertengahan batas kelas atau kelas sebelum median dengan batas bawah kelas median.

C = kelas interval

f_i = perbedaan antara frekuensi kumulatif kelas sebelum median dengan letak median

f_m = frekuensi kelas median

(Pangestu Subagyo, 2011: 22)

c. Modus

Modus adalah bilangan atau sifat yang paling sering terjadi atau yang frekuensinya terbanyak. Nilai modus dapat dihitung dengan rumus:

$$Modus = L + C \left[\frac{\Delta_1}{(\Delta_1 + \Delta_2)} \right]$$

Keterangan:

Δ_1 = selisih frekuensi kelas modus dengan kelas sebelum modus

Δ_2 = selisih frekuensi kelas modus dengan kelas sesudah modus

(Pangestu Subagyo, 2011: 23)

d. Tabel distribusi kecenderungan

Analisis deskripsi selanjutnya yaitu pengkategorian skor yang diperoleh dari masing-masing variabel. Dari skor tersebut, kemudian dibagi menjadi empat kategori yang didasarkan pada mean dan standar deviasi yang diperoleh. Menurut Djemari Mardapi (2008: 123), keempat kategori tersebut adalah:

Tabel 8. Kriteria Kategorisasi

Kategori	Kriteria
Sangat Tinggi	$X \geq Mi + 1.SDi$
Tinggi	$Mi + 1.SDi > X \geq Mi$
Rendah	$Mi > X \geq Mi - 1.SDi$
Sangat Rendah	$X < Mi - 1.SDi$

Sumber: Djemari Mardapi, 2008:123

Keterangan:

X = Skor

Mi = Rerata Skor Ideal

SDi = Simpangan Baku Ideal

Cara untuk menghitung rerata skor ideal dan simpangan baku ideal adalah:

$$\text{Nilai rerata ideal} = \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$\text{Simpangan baku ideal} = \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

2. Analisis Nilai WTP Responden

Dalam memperoleh nilai *willingness to pay* konsumen terhadap mie samyang berlabel halal LPPOM MUI digunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Menurut Akhmad Fauzi tahap operasional penerapan pendekatan CVM terdiri dari 5 tahap yaitu:

a. Membuat Hipotesis Pasar

Pada awal proses kegiatan CVM, seorang peneliti biasanya harus terlebih dahulu membuat hipotesis pasar terhadap sumber daya yang akan dievaluasi. Dalam membuat pasar hipotek, akan dilakukan studi literatur dan observasi lapangan. Situasi hipotek digambarkan oleh tidak adanya jaminan bahwa semua mie samyang yang dijual di sekitar masyarakat berlabel halal LPPOM MUI. Selain itu, masih di temukan kandungan babi di dalam mie instan tersebut. Pemerintah melalui LPPOM MUI melakukan upaya untuk melindungi masyarakat dalam bentuk sertifikasi halal dan pelabelan. Namun, belum semua produk mie samyang yang beredar di masyarakat telah belabel halal resmi LPPOM MUI. Masih banyak produk mie samyang tanpa label halal LPPOM MUI dan berlabel halal berupa stiker yang tidak disertai nomor sertifikat halal LPPOM MUI. Produsen di asumsikan telah

mencantumkan label halal resmi LPPOM MUI untuk produk mie samyang. Sehingga mie samyang yang dijual ke konsumen telah memiliki jaminan halal dan tidak mengandung unsur babi dari proses produksi hingga distribusi sampai ke tangan konsumen.

b. Mendapatkan Nilai Lelang

Tahap berikutnya dalam melakukan CVM adalah memperoleh nilai lelang. Nilai lelang bisa dilakukan dengan teknik *closed-ended question*. Pada teknik *closed-ended question* atau metode pertanyaan tertutup ini responden diberikan beberapa nilai WTP yang disarankan kepada mereka untuk dipilih, sehingga responden dapat memberi jawaban sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka.

c. Menghitung Rataan WTP

Setelah survei dilaksanakan, tahap berikutnya adalah menghitung nilai rata-rata WTP setiap individu. Nilai ini dihitung berdasarkan nilai lelang yang diperoleh pada tahap dua. Perhitungan ini biasanya didasarkan pada nilai mean (rata-rata) dan nilai median (tengah).

d. Memperkirakan Kurva Lelang (*Bid Curve*)

Pada tahap ini, penjumlahan data merupakan proses dimana nilai rata-rata WTP dikonversikan terhadap total populasi yang dimaksud. Setelah menduga nilai rata-rata WTP maka dapat diduga nilai total WTP dari responden dengan menggunakan rumus :

$$WTP = f (\text{jumlah responden, besarnya nilai WTP})$$

Keterangan:

Jumlah Responden = banyaknya responden yang bersedia membayar

Besarnya Nilai WTP = nilai maksimal yang bersedia dibayarkan

e. Mengagregatkan Data

Tahap terakhir dalam teknik CVM adalah mengagregatkan rata-rata lelang yang diperoleh pada tahap tiga. Proses ini melibatkan konversi data rata-rata sampel ke rata-rata populasi secara keseluruhan. Salah satu cara untuk mengkonversi ini adalah mengalikan rata-rata sampel dengan jumlah rumah tangga dalam populasi.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda berguna untuk mencari hubungan fungsional dua variabel prediktor atau lebih dengan variabel kriteriumnya. Bentuk persamaan garis regresi ganda untuk 3 prediktor adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = *Willingness to Pay*

a = bilangan konstanta

b_1 = koefisien korelasi pendapatan

X_1 = pendapatan

b_2 = koefisien korelasi pengalaman mengonsumsi

X_2 = pengalaman mengonsumsi

b_3 = koefisien korelasi kesadaran kehalalan

X_3 = kesadaran kehalalan

(Husaini Usman, dkk. 2003: 242)

Regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Ordinary Least Squares* (OLS). Tahapan analisis OLS meliputi:

- a. Persiapan data
- b. Estimasi model regresi linier

Estimasi model dilakukan sekaligus dengan pengujian asumsi klasik (multikolinieritas, heterosedastisitas, dan normalitas). Sehingga output yang dihasilkan dari pengolahan data dapat digunakan untuk uji asumsi klasik dan uji kelayakan model.

- c. Pengujian asumsi klasik

- 1) Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna (*perfect*) atau mendekati sempurna di antara beberapa atau semua variabel bebas. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu bila nilai VIF kurang dari 4 maka tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya (Ali Muhson, 2012: 26).

- 2) Heterosedastisitas

Uji heterosedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterosedastis yaitu ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada

model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterosedastis. Dalam analisis regresi ganda, bila hasil pengujian sign. $F \geq 0,05$ maka tidak terjadi heterosedastisitas atau sebaliknya (Ali Muhson, 2012: 31).

3) Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah data berdistribusi normal. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) Kolmogorov-Smirnov atau nilai signifikansi variabel residual $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal atau sebaliknya (Ali Muhson, 2012: 21).

d. Uji kelayakan model

1) Uji F

Uji F atau koefisien regresi secara serentak yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Apabila nilai probabilitas F (output SPSS ditunjukkan pada kolom sig.) $\leq 0,05$ maka variabel independen secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Duwi Priyatno, 2013: 50).

2) Uji t

Uji t dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel

dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Apabila nilai probabilitas t hitung (output SPSS ditunjukkan pada kolom sig.) \leq 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Duwi Priyatno, 2013: 52).

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh nilai R-Square atau Adjusted R-Square (Duwi Priyatno, 2013: 56).

e. Interpretasi model regresi linier

Interpretasi atau penafsiran atau penjelasan atas suatu model yang dihasilkan seharusnya dilakukan setelah semua tahapan (uji asumsi klasik dan kelayakan model) dilakukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Tempat Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi UNY

Sejarah berdirinya Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (FE UNY) tidak dapat terlepas dari sejarah berdirinya Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Sebelum menjadi UNY dulunya bernama Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Yogyakarta. IKIP Yogyakarta sebagai salah satu Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan (LPTK) berdiri sejak tanggal 22 Mei 1963 berdasarkan Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan (PTIP) Nomor 55 Tahun 1963. Salah satu fakultasnya adalah Fakultas Keguruan Pengetahuan Sosial (FKPS) yang diresmikan oleh menteri PTIP tanggal 21 Mei 1964. Keputusan ini dikuatkan dengan Keputusan Presiden RI Nomor 268 Tahun 1965, tanggal 14 September 1965.

Dalam rangka memantapkan fungsi keguruan di bidang Ilmu Sosial, rektor IKIP Yogyakarta mengeluarkan surat keputusan Nomor 05 tahun 1965 yang isinya antara lain pergantian nama FKPS menjadi Fakultas Keguruan Ilmu Sosial (FKIS). Untuk menekankan ciri kependidikannya maka berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 54 tahun 1982 tertanggal 7 September 1982 tentang susunan organisasi IKIP Yogyakarta FKIS berubah menjadi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS).

Selaras dengan Perkembangan Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Seni (IPTEKS) dan tuntutan dunia kerja, IKIP Yogyakarta dikembangkan menjadi Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 93 tahun 1999, tanggal 4 Agustus 1999. Hal ini diikuti dengan perubahan nama fakultas di lingkungan UNY, FPIPS berubah menjadi FIS, yang disahkan berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 274/0/1999 tentang Organisasi dan Tata Kerja UNY. Dengan perubahan nama tersebut, FIS berwenang menyelenggarakan program studi bidang keguruan dan nonkeguruan.

Upaya perubahan dan pengembangan terus dilakukan untuk memenuhi tuntutan masyarakat. Oleh karena itu diusulkanlah perubahan nama FIS menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi (FISE). Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 12 Tahun 2006 Tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 274/O/1999 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Negeri Yogyakarta, FIS berubah menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi (FISE).

Guna memenuhi tuntutan perkembangan dunia kerja maka FISE pun berkembang menjadi dua fakultas yaitu FIS dan FE berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 23 Tahun 2011 tentang Organisasi dan Tata Kerja UNY pada tanggal 22 Juni 2011. Dengan demikian tanggal 22 Juni 2011 ditetapkan sebagai tanggal lahirnya Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

2. Visi, Misi, Tujuan, dan Semboyan Fakultas Ekonomi UNY

Sebuah lembaga harus mempunyai visi, misi, serta tujuan yang jelas. Visi, misi, dan tujuan yang telah ditentukan sebuah lembaga harus tercapai sebab menjadi tolak ukur dari keberhasilan lembaga itu sendiri. Berikut ini visi, misi, dan tujuan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

a. Visi Fakultas Ekonomi UNY

Pada tahun 2015 menjadi fakultas ekonomi unggul dalam bidang pendidikan dan ilmu ekonomi yang berlandaskan ketaqwaan, kemandirian, dan kecendekiaan serta berwawasan ekonomi kerakyatan kewirausahaan dan nilai budaya luhur.

b. Misi Fakultas Ekonomi UNY

- 1) Melaksanakan pembelajaran dalam lingkungan yang kondusif untuk membentuk sumberdaya manusia yang memiliki sikap dan perilaku spiritual dan sosial yang mulia.
- 2) Melaksanakan pembelajaran dalam lingkungan yang kondusif untuk membentuk sumberdaya manusia yang memiliki komitmen dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu ekonomi dan pendidikan ekonomi bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat berwawasan ekonomi kerakyatan, kewirausahaan dan nilai budaya luhur.
- 3) Melakukan kajian, pengembangan, dan penerapan ilmu ekonomi dan pendidikan ekonomi untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan masyarakat berwawasan ekonomi kerakyatan, kewirausahaan dan nilai budaya luhur.

- 4) Melaksanakan pengabdian masyarakat yang berkualitas di bidang ilmu ekonomi dan pendidikan ekonomi, serta mengembangkan jejaring industri, pemerintah dan masyarakat berwawasan ekonomi kerakyatan, kewirausahaan dan nilai budaya luhur.
- 5) Menyelenggarakan tata kelola yang baik, bersih, transparan, dan akuntabel.

c. Tujuan Fakultas Ekonomi UNY

- 1) Menghasilkan lulusan di bidang pendidikan dan ilmu ekonomi yang cendekia, mandiri dan bernurani berwawasan ekonomi kerakyatan, kewirausahaan dan nilai budaya luhur.
- 2) Menghasilkan lulusan yang santun, bertanggungjawab dan berbudi pekerti luhur.
- 3) Menghasilkan penelitian yang berkualitas yang bermanfaat bagi pengembangan iptek dan bermanfaat untuk masyarakat, di bidang pendidikan dan ilmu ekonomi berwawasan ekonomi kerakyatan, kewirausahaan dan nilai budaya luhur.
- 4) Menghasilkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud tanggungjawab sosial di bidang pendidikan dan ilmu ekonomi berwawasan ekonomi kerakyatan, kewirausahaan dan nilai budaya luhur.
- 5) Mewujudkan kerjasama yang sinergis dengan lembaga lain, baik dalam maupun luar negeri di bidang pendidikan dan ilmu ekonomi

berwawasan ekonomi kerakyatan, kewirausahaan dan nilai budaya luhur.

6) Mewujudkan tata kelola fakultas yang baik, bersih, transparan, dan akuntabel.

d. Semboyan Fakultas Ekonomi UNY

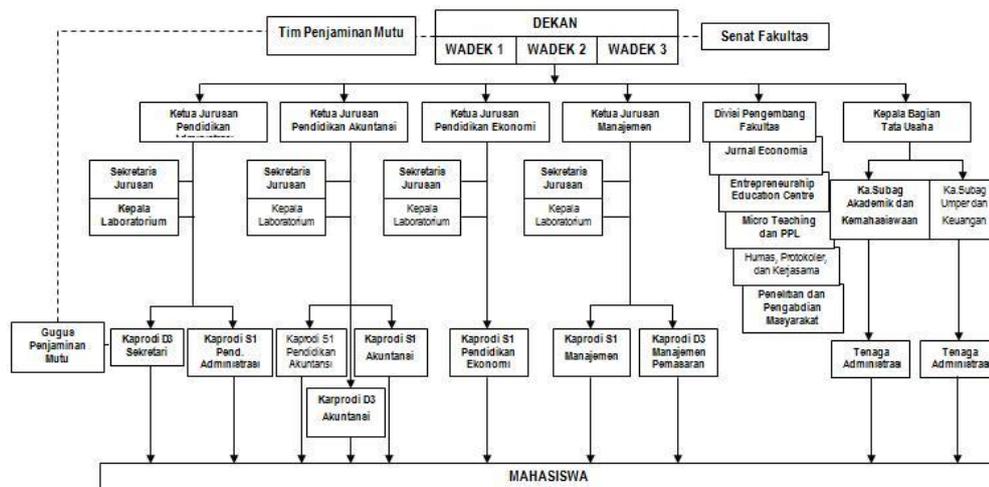
“BRIGHT” : Bermoral, Rasional, Integritas, Gigih, Humanis dan Taqwa.

3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi UNY

Fakultas Ekonomi UNY dipimpin oleh Dr. Sugiharsono, M.Si selaku Dekan dan didampingi oleh 3 Wakil Dekan, yaitu:

- a. Wakil dekan I : Prof. Sukirno, M.Si.,Ph.D.
- b. Wakil dekan II : Drs. Nurhadi, MM.
- c. Wakil dekan III : Isroah, M.Si

Wakil dekan I bertugas untuk menangani bidang akademik, Wakil dekan II bertugas untuk menangani bidang keuangan dan kepegawaian, serta Wakil Dekan III bertugas untuk menangani bidang kemahasiswaan dan alumni. Berikut ini adalah gambar struktur organisasi Fakultas Ekonomi UNY.



Gambar 5. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi UNY
 Sumber: <http://fe.uny.ac.id/sejarah-dan-struktur-organisasi>

Dari tabel tersebut, dapat diketahui pula bahwa Fakultas Ekonomi memiliki 8 program studi yang terdiri dari 5 program studi S1 dan 3 program studi D3. Program studi S1 meliputi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Pendidikan Akuntansi, Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, dan Manajemen. Program studi D3 meliputi Sekretari, Akuntansi, dan Manajemen Pemasaran. Berdasarkan data yang diperoleh dari Sub. Bagian Informasi Akademik UNY, jumlah mahasiswa FE UNY dari tahun 2014 sampai dengan 2017 sebanyak 2555 orang dengan jumlah mahasiswa S1 sebanyak 1737 orang dan jumlah mahasiswa D3 sebanyak 818 orang.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Deskripsi data ini memberikan informasi tentang keadaan responden yang dijadikan subyek penelitian. Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi analisis karakteristik responden dan analisis statistik deskriptif yang terdiri dari nilai maksimal, minimal, mean, median, modus, dan

kategorisasi jawaban responden. Adapun pembahasan mengenai masing-masing analisis deskriptif disajikan sebagai berikut.

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi program studi, tahun angkatan, jenis kelamin, pendapatan, dan pengalaman mengkonsumsi. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut.

1) Program Studi

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa muslim S1 Fakultas Ekonomi UNY tahun angkatan 2014-2017 yang berasal dari berbagai program studi. Tabel berikut ini adalah deskripsi mahasiswa berdasarkan program studi.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

No.	Program Studi	Tahun Angkatan				Total	Presentase (%)
		2014	2015	2016	2017		
1.	Akuntansi	6	6	6	4	22	22,92
2.	Manajemen	5	8	6	4	23	23,96
3.	Pend. Administrasi Perkantoran	5	4	5	3	17	17,71
4.	Pend. Akuntansi	6	4	5	4	19	19,79
5.	Pend. Ekonomi	4	3	4	4	15	15,63
Total		26	25	26	19	96	100

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas, dari 96 mahasiswa muslim sebanyak 22 orang mahasiswa muslim (22,92%) berasal dari program studi akuntansi, 23 orang mahasiswa muslim (23,96%) berasal dari

program studi manajemen, 17 orang mahasiswa muslim (17,71%) berasal dari program studi pendidikan administrasi perkantoran, 19 orang mahasiswa muslim (19,79%) berasal dari program studi pendidikan akuntansi, dan 15 orang mahasiswa muslim (15,63%) berasal dari program studi pendidikan ekonomi. Jumlah responden dalam penelitian ini dibagi secara proporsional untuk setiap program studi.

2) Tahun Angkatan

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa muslim S1 Fakultas Ekonomi UNY tahun angkatan 2014-2017 yang masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif. Tabel berikut ini adalah deskripsi mahasiswa berdasarkan angkatan.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No.	Tahun Angkatan	Jumlah	Presentase (%)
1.	2014	26	27,08
2.	2015	25	26,04
3.	2016	26	27,08
4.	2017	19	19,79
Total		96	100

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Tabel 10 menunjukkan bahwa dari 96 orang responden dalam penelitian ini, responden tahun angkatan 2014 sebanyak 26 orang mahasiswa atau 27,08%, responden tahun angkatan 2015 sebanyak 25 orang mahasiswa atau 26,04%, responden tahun angkatan 2016 sebanyak 26 orang mahasiswa atau 27,08%, dan responden tahun

angkatan 2017 sebanyak 19 orang mahasiswa atau 19,79%. Berdasarkan perhitungan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa presentase mahasiswa muslim FE UNY yang paling banyak menjadi responden adalah angkatan 2014 dan 2016.

3) Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	18	18,75
2.	Perempuan	78	81,25
Total		96	100

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Tabel 11 menunjukkan bahwa dari 96 orang responden dalam penelitian ini, responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang atau 18,75% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 78 orang atau 81,25%. Berdasarkan perhitungan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa presentase mahasiswa muslim FE UNY tahun angkatan 2014-2017 yang paling banyak menjadi responden berjenis kelamin perempuan.

b. Deskripsi Kategori Variabel

Deskripsi kategori variabel menggambarkan tanggapan responden mengenai *willingness to pay* mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap mie samyang berlabel halal. Data hasil penelitian untuk variabel pendapatan, kesadaran kehalalan, dan

willingness to pay kemudian dikategorikan ke dalam empat kelompok yaitu sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah. Sedangkan untuk variabel pengalaman mengkonsumsi dikategorikan ke dalam dua kategori yaitu pernah dan tidak pernah mengkonsumsi mie samyang. Hasil kategori tersebut disajikan berikut ini.

1) Pendapatan (uang saku per bulan)

Hasil analisis deskriptif pada variabel pendapatan diperoleh nilai minimum sebesar Rp 350.000,00, nilai maksimum sebesar Rp 1.500.000,00, modus sebesar Rp 500.000,00, *mean* ideal sebesar Rp 925.000,00, dan standar deviasi ideal sebesar Rp 191.667,00. Selanjutnya data pendapatan dikategorikan dengan menggunakan *mean ideal* dan standar deviasi ideal. Kategorisasi untuk variabel pendapatan disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 12. Kategorisasi Variabel Pendapatan (uang saku per bulan)

No.	Kategori	Interval Nilai	Jumlah	Presentase (%)
1.	Sangat Tinggi	$X \geq \text{Rp } 1.136.667,00$	15	15,63
2.	Tinggi	$\text{Rp } 1.136.667,00 > X \geq \text{Rp } 925.000,00$	14	14,58
3.	Rendah	$\text{Rp } 925.000,00 > X \geq \text{Rp } 733.333,00$	19	19,79
4.	Sangat Rendah	$X < \text{Rp } 733.333,00$	48	50,00
Total			96	100

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendapatan atau uang saku per bulan dalam kategori sangat tinggi

yaitu sebanyak 15 orang (15,63%), responden yang memiliki pendapatan dalam kategori tinggi sebanyak 14 orang (14,58%), responden yang memiliki pendapatan dalam kategori rendah sebanyak 19 orang (19,79%), dan responden yang memiliki pendapatan dalam kategori sangat rendah sebanyak 48 orang (50,00%). Dari data tersebut, maka dapat disimpulkan bila mayoritas mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 memiliki pendapatan atau uang saku per bulan dengan kategori sangat rendah yaitu dibawah Rp 733.333,00.

2) Pengalaman mengkonsumsi

Data pengalaman mengkonsumsi dalam penelitian ini diperoleh dengan memberikan pertanyaan kepada responden yang terdiri dari 2 jawaban yaitu pernah dan tidak pernah mengkonsumsi mie samyang sehingga untuk variabel pengalaman mengkonsumsi hanya di bagi menjadi 2 kategori. Kategorisasi untuk variabel pengalaman mengkonsumsi disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman mengkonsumsi

No.	Pengalaman mengkonsumsi	Jumlah	Presentase (%)
1.	Pernah mengkonsumsi	68	70,83
2.	Tidak pernah mengkonsumsi	28	29,17
Total		96	100

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang sudah pernah mengkonsumsi mie samyang sebanyak 68 orang atau 70,83%

dan responden yang belum pernah mengkonsumsi mie samyang sebanyak 28 orang atau 29,17%. Dari data tersebut, maka dapat disimpulkan bila mayoritas mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 sudah pernah mengkonsumsi mie samyang.

3) Kesadaran Kehalalan

Hasil analisis deskriptif pada variabel kesadaran kehalalan diperoleh nilai minimum sebesar 40, nilai maksimum sebesar 60, modus sebesar 55, *mean* ideal sebesar 50, dan standar deviasi ideal sebesar 3,33. Selanjutnya data untuk variabel kesadaran kehalalan dikategorikan dengan menggunakan *mean* ideal dan standar deviasi ideal. Jumlah butir pernyataan untuk variabel kesadaran kehalalan terdiri dari 12 pernyataan yang masing-masing mempunyai skor 1,2,3,4, dan 5. Kategorisasi untuk variabel kesadaran kehalalan disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 14. Kategorisasi Variabel Kesadaran Kehalalan

No.	Kategori	Interval Nilai	Jumlah	Presentase (%)
1.	Sangat Tinggi	$X \geq 53,33$	39	40,63
2.	Tinggi	$53,33 > X \geq 50$	27	28,13
3.	Rendah	$50 > X \geq 46,67$	2	2,08
4.	Sangat Rendah	$X < 46,67$	28	29,17
Total			96	100

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang memiliki kesadaran kehalalan dalam kategori sangat tinggi yaitu sebanyak 39 orang (40,63%), responden yang memiliki kesadaran kehalalan

dalam kategori tinggi sebanyak 27 orang (28,13%), responden yang memiliki kesadaran kehalalan dalam kategori rendah sebanyak 2 orang (2,08%), dan responden yang memiliki kesadaran kehalalan dalam kategori sangat rendah sebanyak 28 orang (29,17%). Dari data tersebut, maka dapat disimpulkan bila mayoritas mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 memiliki kesadaran kehalalan dengan kategori sangat tinggi yaitu diatas atau sama dengan 53,33.

4) *Willingness to Pay*

Hasil analisis deskriptif pada variabel *willingness to pay* diperoleh nilai minimum sebesar Rp 15.000,00, nilai maksimum sebesar Rp 35.000,00, modus sebesar Rp 15.000,00, *mean* ideal sebesar Rp 25.000,00, dan standar deviasi ideal sebesar Rp 3.333,00. Selanjutnya data untuk variabel *willingness to pay* dikategorikan dengan menggunakan *mean* ideal dan standar deviasi ideal. Kategorisasi untuk variabel *willingness to pay* disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 15. Kategorisasi Variabel *Willingness to Pay*

No.	Kategori	Interval Nilai	Jumlah	Presentase (%)
1.	Sangat Tinggi	$X \geq \text{Rp } 28.333,00$	11	11,46
2.	Tinggi	$\text{Rp } 28.333,00 > X \geq \text{Rp } 25.000,00$	20	20,83
3.	Rendah	$\text{Rp } 25.000,00 > X \geq \text{Rp } 21.667,00$	0	0
4.	Sangat Rendah	$X < \text{Rp } 21.667,00$	65	67,71
Total			96	100

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang bersedia membayar lebih untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dalam kategori sangat tinggi sebanyak 11 orang (11,46%), responden yang bersedia membayar lebih untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dalam kategori tinggi sebanyak 20 orang (20,83%), responden yang bersedia membayar lebih untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dalam kategori rendah tidak ada atau 0%, dan responden yang bersedia membayar lebih untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dalam kategori sangat rendah sebanyak 65 orang (67,71%). Dari data tersebut, maka dapat disimpulkan bila mayoritas mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 yang bersedia membayar lebih untuk mie samyang berlabel halal dengan kategori sangat rendah yaitu kurang dari Rp 21.667,00.

2. Analisis nilai *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Analisis *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI pada mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 dilakukan dengan pendekatan *Contingent Valuation Method* (CVM). Pendekatan CVM terdiri atas 5 langkah yaitu membuat hipotesis pasar, mendapatkan nilai lelang, menghitung rata-rata WTP, memperkirakan kurva lelang, dan mengagregatkan data. Berikut ini adalah hasil analisis nilai *willingness to Pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

a. Membuat Hipotesis Pasar

Hipotesis ini memberikan informasi kepada responden mengenai peredaran mie samyang yang belum memiliki label halal LPPOM MUI. Selain itu, masih di temukan kandungan babi di dalam mie instan tersebut. Pemerintah melalui LPPOM MUI melakukan upaya untuk melindungi masyarakat dalam bentuk sertifikasi halal dan pelabelan. Namun, belum semua produk mie samyang yang beredar di masyarakat telah belabel halal resmi LPPOM MUI. Masih banyak produk mie samyang tanpa label halal LPPOM MUI dan berlabel halal berupa stiker yang tidak disertai nomor sertifikat halal LPPOM MUI. Produsen di asumsikan telah mencantumkan label halal resmi LPPOM MUI untuk produk mie samyang. Sehingga mie samyang yang dijual ke konsumen telah memiliki jaminan halal dan tidak mengandung unsur babi dari proses produksi hingga distribusi sampai ke tangan konsumen.

b. Mendapatkan Nilai Lelang

Nilai lelang bisa didapatkan dengan teknik *closed-ended question*. *Closed-ended question* atau metode pertanyaan tertutup yaitu teknik memberikan beberapa nilai WTP yang disarankan kepada responden untuk dipilih, sehingga responden dapat memberi jawaban sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka.



Gambar 6. Nilai Lelang Mie Samyang
Sumber: Data Primer yang sudah di olah

Berdasarkan pertanyaan mengenai harga yang bersedia responden bayarkan untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI, mayoritas responden bersedia untuk membayar Rp 15.000,00 untuk satu bungkus mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

c. Menghitung Rataan WTP

Dugaan nilai rata-rata WTP responden diperoleh berdasarkan rasio jumlah nilai WTP yang diberikan responden dengan jumlah total responden yang bersedia membayar. Distribusi nilai WTP responden ditampilkan pada Tabel 16.

Tabel 16. Distribusi nilai WTP responden

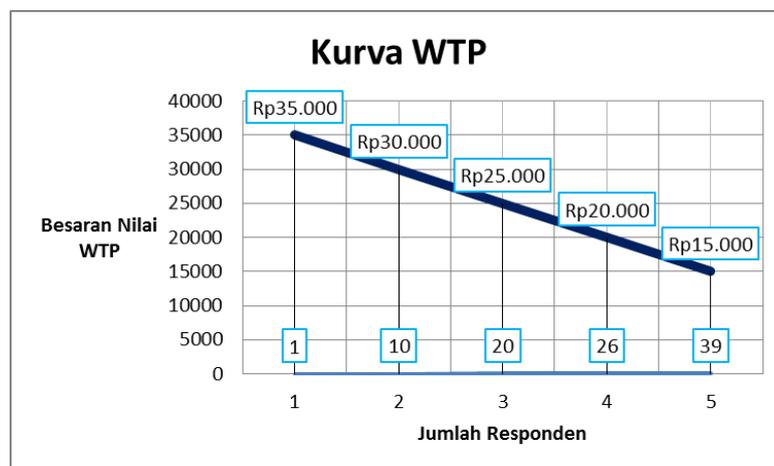
No.	WTP	Jumlah Responden	Presentase	WTP x Jumlah Responden
	(Rp)	(Orang)		(Rp)
1.	Rp15.000	39	40,63	Rp585.000
2.	Rp20.000	26	27,08	Rp520.000
3.	Rp25.000	20	20,83	Rp500.000
4.	Rp30.000	10	10,42	Rp300.000
5.	Rp35.000	1	1,04	Rp35.000
Total		96	100,00	Rp 1.940.000

Sumber: Data Primer, Diolah

Berdasarkan Tabel 16, diperoleh nilai rata-rata WTP responden sebesar Rp 20.208,33,- yang dibulatkan menjadi Rp 20.300,-. Nilai rata-rata WTP responden tersebut dapat dijadikan sebagai acuan bagi Produsen dalam menentukan harga jual mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

d. Memperkirakan Kurva Lelang

Pendugaan kurva WTP responden diperoleh dengan menggunakan jumlah kumulatif dari individu yang memilih suatu nilai WTP. Hubungan kurva tersebut menggambarkan tingkat WTP yang bersedia dibayarkan dengan jumlah responden yang bersedia membayar pada tingkat WTP tersebut.



Gambar 7. Kurva WTP Mie Samyang Berlabel Halal LPPOM MUI
Sumber: Data Primer yang sudah di olah

Berdasarkan kurva tersebut, diketahui terdapat 39 responden bersedia membayar mie samyang berlabel halal dengan harga Rp 15.000, 26 responden bersedia membayar mie samyang berlabel halal dengan harga Rp 20.000, 20 responden bersedia membayar mie

samyang berlabel halal dengan harga Rp 25.000, 10 responden bersedia membayar mie samyang berlabel halal dengan harga Rp 30.000, dan 1 responden bersedia membayar mie samyang berlabel halal dengan harga Rp 35.000.

Kurva WTP tersebut memiliki kemiringan negatif atau bergerak dari kiri atas ke kanan bawah. Hal ini menunjukkan bertambahnya jumlah responden yang bersedia membayar untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Artinya, bila harga mie samyang turun, maka akan semakin banyak jumlah responden yang bersedia membayar untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI atau sebaliknya.

e. Mengagregatkan Data

Agregasi dari total WTP adalah nilai keseluruhan dari nilai yang bersedia dibayarkan oleh seluruh responden dalam penelitian. Agregasi WTP didapatkan dengan menggunakan nilai rata-rata WTP yang dikonversikan terhadap populasi responden. Hasil perhitungan agregasi WTP yaitu Rp 33.312.300 ($Rp\ 20.300 \times 1641$).

3. Pengujian Prasyarat Analisis

Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan pendekatan OLS. Pengujian prasyarat analisis dilakukan sebelum melakukan analisis regresi berganda dengan pendekatan OLS. Prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian

dilakukan dengan menggunakan bantuan program *SPSS 15.0 for Windows*.

Hasil uji prasyarat analisis disajikan berikut ini.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Uji dalam penelitian ini dilakukan terhadap nilai residual atau *unstandardized residual* dari semua variabel. Untuk mengetahui apakah distribusi frekuensi masing-masing variabel normal atau tidak dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig.* Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal. Dengan bantuan *SPSS 15.0 for Windows* diperoleh hasil uji sebagai berikut.

Tabel 17. Ringkasan Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov	Asymp. Sig. (2-tailed)
<i>Unstandardized Residual</i>	0,478	0,976

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas (X). Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak, peneliti menggunakan uji VIF atau *Variance Inflation Factor* dengan kriteria

bila nilai VIF kurang dari 4 maka tidak terjadi multikolinearitas dan analisis dapat dilanjutkan. Dengan bantuan *SPSS 15.0 for Windows* diperoleh hasil uji sebagai berikut.

Tabel 18. Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Pendapatan (uang saku per bulan)	0,612	1,635	Tidak terjadi multikolinearitas
Pengalaman mengkonsumsi	0,797	1,254	Tidak terjadi multikolinearitas
Kesadaran Kehalalan	0,721	1,387	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF kurang dari 4.

c. Uji Heterosedastisitas

Uji heterosedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik yaitu ketika tidak terjadi heterosedastisitas. Uji heterosedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Park*. Dalam pengujian heterosedastisitas, yang perlu ditafsirkan adalah bagian print out *Anova* dan *Coefficien*. Jika nilai signifikansi lebih dari atau sama dengan 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterosedastisitas. Dengan bantuan *SPSS 15.0 for Windows* diperoleh hasil uji sebagai berikut.

Tabel 19. Ringkasan Hasil Uji Heterosedastisitas

Anova	F	Sig.	Kesimpulan
Regression	2,708	0,050	Tidak terjadi heterosedastisitas

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi sama dengan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heterosedastisitas.

C. Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* mahasiswa FE UNY terhadap mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Faktor-faktor yang mempengaruhi variabel dependen (*willingness to pay*) dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen yaitu pendapatan atau uang saku per bulan (X_1), pengalaman mengkonsumsi (X_2), dan kesadaran kehalalan (X_3).

1. Mencari Persamaan Garis Regresi Ganda

Analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda OLS. Di bawah ini akan dibahas hasil analisis regresi berganda OLS yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 15.00 for Windows*.

Tabel 20. Ringkasan Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koef. Regresi (b)	t hitung	Sig.	Kesimpulan
Pendapatan atau uang saku per bulan (X_1)	0,012	8,674	0,000	Signifikan
Pengalaman mengkonsumsi (X_2)	2,194	2,514	0,014	Signifikan
Kesadaran kehalalan (X_3)	-0,164	-2,207	0,030	Signifikan
Konstanta	16,824			
R	0,767			
R^2	0,589			
F hitung	43,921			
Sig.	0,000			

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Dari hasil analisis regresi maka diperoleh persamaan regresi berganda OLS sebagai berikut.

$$Y = 16,824 + 0,012 X_1 + 2,194 X_2 - 0,164 X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Nilai konstanta sebesar 16,824 dapat diartikan apabila variabel pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan dianggap nol atau tidak mengalami perubahan, maka *willingness to pay* sebesar 16,824.
- b. Nilai koefisien beta pada variabel pendapatan sebesar 0,012 artinya setiap perubahan variabel pendapatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan *willingness to pay* sebesar 0,012 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Sebaliknya, bila terjadi

penurunan satu satuan pada variabel pendapatan maka akan menurunkan *willingness to pay* sebesar 0,012 satuan.

- c. Nilai koefisien beta pada variabel pengalaman mengkonsumsi sebesar 2,194 artinya setiap perubahan variabel pengalaman mengkonsumsi sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan *willingness to pay* sebesar 2,194 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Sebaliknya, bila terjadi penurunan satu satuan pada variabel pengalaman mengkonsumsi maka akan menurunkan *willingness to pay* sebesar 2,194 satuan.
- d. Nilai koefisien beta pada variabel kesadaran kehalalan sebesar 0,164 dan bertanda negatif, hal ini menunjukkan bahwa kesadaran kehalalan mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan kesadaran kehalalan. Artinya, setiap kenaikan kesadaran kehalalan satu satuan maka akan menurunkan *willingness to pay* sebesar 0,164 dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Sebaliknya, bila terjadi penurunan kesadaran kehalalan satu satuan maka akan meningkatkan *willingness to pay* sebesar 0,164.

Selanjutnya, untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F. Hasil pengujian dijelaskan sebagai berikut.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Apabila nilai sig. $t_{hitung} \leq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil uji t untuk masing-masing variabel bebas disajikan berikut ini.

a. Pengaruh pendapatan (uang saku per bulan) mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, pengaruh pendapatan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI diperoleh nilai koefisien regresi b_1 sebesar 0,012. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui t_{hitung} sebesar 8,674 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis pertama yang berbunyi “Pendapatan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI” diterima. Pengaruh variabel ini positif, artinya semakin tinggi pendapatan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 maka semakin tinggi

willingness to pay mie samyang berlabel halal LPPOM MUI atau sebaliknya.

b. Pengaruh pengalaman mengkonsumsi mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, pengaruh pengalaman mengkonsumsi terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI diperoleh nilai koefisien regresi b_2 sebesar 2,194. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui t_{hitung} sebesar 2,514 dengan nilai signifikansi sebesar 0,014. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis kedua yang berbunyi “Pengalaman mengkonsumsi mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI” diterima. Pengaruh variabel ini positif, artinya semakin tinggi pengalaman mengkonsumsi mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 maka semakin tinggi pula *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI atau sebaliknya.

c. Pengaruh kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, pengaruh kesadaran kehalalan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI diperoleh nilai koefisien regresi b_3 sebesar -0,164. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui t_{hitung} sebesar -2,207 dengan nilai signifikansi sebesar 0,030. Karena nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis ketiga yang berbunyi “Kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI” diterima. Koefisien regresi variabel ini mempunyai nilai negatif, artinya semakin tinggi kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 maka semakin rendah *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI atau sebaliknya.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI pada taraf signifikansi 5% diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 43,921 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi F kurang dari 0,05 maka hipotesis keempat yang

berbunyi “Pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI” diterima. Hal ini mengandung arti bahwa variabel pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, kesadaran kehalalan) secara serentak terhadap variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,589 atau 58,9%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 58,9% *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dipengaruhi oleh pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan. Sedangkan sisanya yaitu 41,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh pendapatan (uang saku per bulan) mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa pendapatan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 termasuk

dalam kategori sangat rendah dengan frekuensi sebanyak 48 responden atau 50%. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan pula bahwa terdapat pengaruh positif dari pendapatan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,674 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai b_1 sebesar 0,012. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan semakin tinggi pendapatan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 maka akan semakin tinggi *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Sebaliknya, semakin rendah pendapatan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 maka akan semakin rendah pula *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Soekartawi dalam buku berjudul “Faktor-faktor Produksi” yaitu pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Bertambahnya pendapatan akan menyebabkan barang yang dikonsumsi bertambah. Bukan hanya penambahan barang yang dikonsumsi, namun kualitas barang yang dikonsumsi pun juga menjadi perhatian. Oleh karena itu, semakin tinggi pendapatan maka akan semakin tinggi pula *willingness to pay* untuk mendapatkan produk berkualitas seperti mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

Hasil penelitian ini menunjukkan 67 responden berpendapatan rendah (di bawah Rp 925.000,00) mayoritas bersedia membayar mie

samyang berlabel halal LPPOM MUI di bawah Rp 25.000,00 dan 29 responden berpendapatan tinggi (lebih dari atau sama dengan Rp 925.000,00) mayoritas bersedia membayar mie samyang berlabel halal LPPOM MUI lebih dari atau sama dengan Rp 25.000,00. Pada penelitian Wilda Rizkilia Putri dalam skripsinya yang berjudul “Analisis *Willingness to Pay* Konsumen terhadap Daging Ayam Ras Bersertifikat Halal” juga menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap *willingness to pay*.

2. Pengaruh pengalaman mengkonsumsi mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 pernah mengkonsumsi mie samyang. Mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 yang sudah pernah mengkonsumsi mie samyang sebanyak 68 responden atau 70,83%. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan pula bahwa terdapat pengaruh positif dari pengalaman mengkonsumsi terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,514 dengan nilai signifikansi sebesar 0,014 dan nilai b_2 sebesar 2,194. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bila mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 pernah mengkonsumsi mie samyang maka akan semakin tinggi *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Sebaliknya,

bila mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 tidak pernah mengkonsumsi mie samyang maka akan semakin rendah pula *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

Hal ini sesuai dengan pendapat Mowen dan Minor (2002) dalam buku berjudul “Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima” yaitu pengalaman berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Pengalaman yang positif dan cenderung puas akan berdampak pada sikap yang positif dan mengarah pada pembelian ulang dan sebaliknya bila pengalaman konsumen bersifat negatif maka akan berdampak negatif pada sikap. Pada penelitian ini, 68 orang responden yang pernah mengkonsumsi mie samyang bersedia membayar lebih untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Jadi, pengalaman mengkonsumsi dapat berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* karena konsumen mendapatkan pengalaman yang positif ketika mengkonsumsi mie samyang.

3. Pengaruh kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan frekuensi sebanyak 39 responden atau 40,63%. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan pula bahwa terdapat pengaruh negatif dari kesadaran kehalalan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Hal tersebut

dapat ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar -2,207 dengan nilai signifikansi sebesar 0,030 dan nilai b_3 sebesar -0,164. Karena koefisien regresi mempunyai nilai negatif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan semakin tinggi kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 maka akan semakin rendah *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Sebaliknya, semakin rendah kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 maka akan semakin tinggi *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

Hasil penelitian ini menunjukkan 37 responden dengan kesadaran kehalalan tinggi (lebih dari atau sama dengan 50) dan pendapatan rendah (kurang dari Rp 925.000,00) bersedia membayar dibawah Rp 25.000,00. Hal ini menunjukkan walaupun responden memiliki kesadaran kehalalan tinggi namun pendapatan atau uang saku per bulan rendah maka besaran nilai kesediaan membayarnya juga akan rendah. Sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Wilda Rizkilia Putri dalam skripsinya yang berjudul “Analisis *Willingness to Pay* Konsumen terhadap Daging Ayam Ras Bersertifikat Halal” menunjukkan bahwa kesadaran kehalalan berpengaruh terhadap *willingness to pay*.

4. Pengaruh pendapatan (uang saku per bulan), pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 secara simultan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan secara bersama-sama terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh yaitu sebesar 43,921 dengan nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,050$ yang berarti pendapatan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan yaitu penentuan besaran nilai kesediaan membayar responden untuk mie samyang berlabel halal LPPOM MUI yang terlalu besar yaitu sebesar Rp 5.000,00.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang *willingness to pay* mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap mie samyang berlabel halal LPPOM MUI yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Pendapatan atau uang saku per bulan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Pengalaman mengkonsumsi mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$.
3. Kesadaran kehalalan mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$.
4. Terdapat pengaruh antara pendapatan atau uang saku per bulan, pengalaman mengkonsumsi, dan kesadaran kehalalan terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

5. Hasil analisis menunjukkan terdapat 39 dari 96 responden bersedia membayar mie samyang berlabel halal LPPOM MUI dengan harga Rp 15.000,00.

B. Implikasi

1. Pendapatan (uang saku mahasiswa per bulan) adalah penghasilan yang diterima oleh rumah tangga baik yang berasal dari kepala keluarga maupun pendapatan anggota rumah tangga. Besar kecilnya pendapatan akan mempengaruhi besar-kecilnya konsumsi seseorang. Seseorang dapat meningkatkan atau mengurangi konsumsinya dan dapat pula menuntut kualitas yang baik dari produk yang dikonsumsi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya Pemerintah dan Produsen mie samyang lebih memperhatikan produk mie samyang yang beredar di masyarakat agar konsumen mendapatkan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi.
2. Pengalaman mengkonsumsi yang bersifat positif dan cenderung puas akan berdampak pada sikap positif konsumen dan mengarah pada pembelian ulang suatu produk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman mengkonsumsi berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya Pemerintah dan Perusahaan lebih memperhatikan produk yang

beredar di masyarakat agar masyarakat mendapatkan pengalaman mengkonsumsi yang positif dan akan berdampak baik bagi semua pihak.

3. Kesadaran kehalalan adalah suatu keadaan dimana seorang muslim dapat mempersepsikan dan mengerti tentang makanan halal karena mengkonsumsi makanan halal adalah hal yang penting bagi seorang muslim. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran kehalalan berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya Pemerintah melalui institusi terkait dapat memberikan sosialisasi mengenai produk mie samyang halal agar masyarakat tidak ragu membayar lebih untuk produk mie samyang halal.

C. Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang *willingness to pay* mahasiswa FE UNY tahun angkatan 2014-2017 terhadap mie samyang berlabel halal LPPOM MUI yaitu sebagai berikut.

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan meneliti variabel-variabel lain yang belum diteliti agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas terhadap masalah yang diteliti.
2. Bagi pemerintah diharapkan lebih tanggap dalam melakukan pengecekan terhadap produk mie samyang yang baru beredar di masyarakat.
3. Bagi produsen mie samyang diharapkan menjual produk mie samyang yang sesuai dengan peraturan di negara di mana produk tersebut dijual.

4. Bagi konsumen mie sanyang diharapkan lebih berhati-hati lagi dalam melakukan konsumsi, terutama konsumen muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmito, Wiku. (2008). *Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan*. Case Study: Analisis Kebijakan Kesehatan.
- Adji, Wahyu, dkk. (2004). *Ekonomi Kelas XI Kurikulum Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Erlangga.
- Ahmad, Nor Ardyanti Binti, *et al.* (2013). *A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang*. Jurnal 4th International conference on Business and Economic Research, 1073-1087.
- Ahsha, Ganesh. (2016). *Sudah Dapat Sertifikat Halal, Produk Somyang Kembali Diragukan*. Diakses dari <http://korea.iyaa.com/article/2016/11/sudah-dapat-sertifikat-halal-produk-somyang-kembali-diragukan-3550953.html> pada 28 Mei 2017.
- Aldrin, Neil. (2016). *Design Your Life Sukses Anda yang Menentukan*. Depok: Puspa Swara.
- Artarini, Isyana. (2016). *Apakah kewenangan sertifikat halal dialihkan dari MUI ke Kementrian Agama?*. Diakses dari <http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-38080372> pada 26 Maret 2017.
- Djaali, dkk. (2008). *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Djakfar, Muhammad. (2012). *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Ekawati, NW. (2012). Jejaring Sosial/Facebook Sebagai Media E-Pengecer (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Denpasar). *Buletin Studi Ekonomi*, 17 (2):1-6.
- Fatkurohmah. (2015). Pengaruh Pemahaman Label Halal dan Faktor Sosial terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fauzi, Akhmad. (2004). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fitrianti. (2016). *Sukses Profesi Guru dengan Penelitian Tindakan Kelas*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hanley, N dan C. L. Splash. (1993). *Cost-Benefit Analysis and Environmental*. England: Edward Elgar Publishing.

- Hendra, Evan. (2017). *Mie Samyang Dijual Bebas Tanpa Label Haram di Minimarket OKU Timur*. Diakses dari <http://palembang.tribunnews.com/2017/02/07/mie-samyang-dijual-bebas-tanpa-label-haram-di-minimarket-oku-timur> pada 26 Maret 2017.
- Hybrida.sakina. (2016). *Mie Instan yang Makin Digemari*. Diakses dari <http://www.marsindonesia.com/articles/mie-istan-yang-makin-digemari> pada 8 Desember 2017.
- JPNN.COM. (2017). *Hasil Survei, Masyarakat Indonesia Doyan Mie Instan*. Diakses dari <https://www.jpnn.com/news/hasil-survei-masyarakat-indonesia-doyan-mie-istan> pada 26 Maret 2017.
- Juliandi, Azuar, dkk. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS.
- Kamaruddin, *et al.* (2012). Willingness to Pay for Halal Logistics: The lifestyle choice. *Jurnal Procedia Social and Behavioral Science*, 722-729.
- Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. (1999). *Undang-Undang RI Nomor 8, Tahun 1999, tentang Perlindungan Konsumen*.
- Kementerian Perhubungan. (1999). *Peraturan Pemerintah RI Nomor 69, Tahun 1999, tentang Label dan Iklan Pangan*.
- Kukuh, Thomas. (2017). *MUI Temukan Mie Instan Mengandung Babi*. Diakses dari <http://www.jawapos.com/read/2017/01/19/103357/mui-temukan-mie-istan-mengandung-babi> pada 26 Maret 2017.
- Kusnandar, Feri. (2010). *FAQ tentang Pangan Halal*. http://itp.fateta.ipb.ac.id/id/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=118
- Kusuma, Erwanto. (2016). *Indonesia Santap 13,2 Miliar Bungkus Mi Per Tahun, Berapa Banyak Kontribusimu?*. Diakses dari <https://news.idntimes.com/indonesia/erwanto/masyarakat-indonesia-santap-132-miliar-bungkus-mie-istan-per-tahun/full> pada 26 Maret 2017.
- Looper. (2017). *Mie Instan Korea Merek Samyang Menerima Sertifikasi Halal dari MUI untuk Tiga Rasa*. Diakses dari <http://critterquittergame.com/mie-istan-korea-merek-samyang-menerima-sertifikasi-halal-dari-mui-untuk-tiga-rasa/> pada 8 Desember 2017.
- Mardapi, Djemari. (2008). *Teknik Penyusunan Instrumen dan Nontes*. Yogyakarta: Mitra Cendekia Offset.

- Mowen, John, C dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Muchson, M. (2017). *Buku Ajar Metode Riset Akuntansi*. Bogor. Guepedia Publisher.
- Muharto, dkk. (2016). *Metode Penelitian Sistem Informasi Mengatasi Kesulitan Mahasiswa dalam Menyusun Proposal Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Muhson, Ali. (2012). *Materi Pelatihan Analisis Statistik dengan SPSS*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nababan, Tongam Sihol, dkk. (2008). Aplikasi Willingness to Pay Sebagai Proksi terhadap Variabel Harga: Suatu Model Empirik dalam Estimasi Permintaan Energi Listrik Rumah Tangga. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 4 (2), 73-84.
- Nisfiannoor, Muhammad. (2009). *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Nugroho, Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Nuriana, Winda Dian. (2014). Analisis Willingness to Pay terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Paramitha, Tasya. (2016). *Samyang Masuk Daftar Ramen Instan yang Tak Punya Logo Halal*. Diakses dari <http://life.viva.co.id/news/read/864432-samyang-masuk-daftar-ramen-instan-yang-tak-punya-logo-halal> pada 28 Mei 2017.
- Perloff, J.M. (2004). *Microeconomics, third edition*. New York: Pearson education Inc, & pearson Addison Wesley
- PSE-KP UGM (Pusat Studi Ekonomi-Kebijakan Publik Universitas Gadjah Mada). (2002). *Analisis Tarif Listrik Regional di Jawa Tengah dan DIY (Laporan Akhir)*. Yogyakarta: Penerbit PSE-KP UGM dan PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Tengah.
- Priyatno, Duwi. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Purwoto, Agus. (2007). *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo.

- Putri, Wilda Rizkilia. (2016). Analisis Willingness to Pay Konsumen terhadap Daging Ayam Ras Bersertifikat Halal (Studi Pada Pendurangan Kota Semarang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Rozan, Anne, *et al.* (2004). Willingness-to-pay for food safety: an experimental investigation of quality certification on bidding behaviour. *Jurnal European Review of Agricultural Economics*, 31 (4), 409-425.
- Rustanti, Ninik. (2015). *Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Safitri, Dita. (2016). *5 Challenge yang Jadi Viral di Internet*. Diakses dari <https://www.inspiana.com/5-challenge-yang-jadi-viral-di-internet/> pada 26 Maret 2017.
- Santoso. (2016). *Statistika Hospitalitas*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sary, Yessy Nur Endah. (2015). *Buku Mata Ajar Evaluasi Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setiyadi, Heru. (2016). Willingness to Pay Konsumen terhadap Beras Organik serta faktor-faktor yang mempengaruhinya di Kota Pontianak. *Tesis*. Universitas Gadjah Mada.
- Setyanti, Christina Andhika. (2016). *Dalam Sehari, 9210 Bungkus Mi Samyang Terjual di Indonesia*. Diakses dari <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161015060604-262-165660/dalam-sehari-9210-bungkus-mi-samyang-terjual-di-indonesia/#> pada 26 Maret 2017.
- Shaari, Jamal Abdul Nassir, dkk. (2009). *Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study*. Diakses dari http://eprints.um.edu.my/11147/1/Pages_from_Dimension_of_Halal_Purchase.pdf pada 15 Desember 2017.
- Soeharsono. (2005). *Penyakit Menular dari Hewan ke Manusia*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Soekartawi. (2002). *Faktor-faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Subagyo, Pangestu. (2011). *Statistika Terapan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

- Suparmoko. 1998. *Pengantar Ekonomi Makro*. Yogyakarta: BPFE.
- Suryani, Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tesis Disertasi Com. (2007). *Buku Pintar Skripsi Tesis Disertasi Seni dan Manajemen Pengujian Hipotesis*. ____: Tesis Disertasi Com.
- Thalib, Syamsul Bachri. (2010). *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Tim Literatur Media Sukses. (2009). *Cara Mudah Menghadapi Ujian Nasional 2010 Bahasa Inggris SMP.MTs*. Jakarta: Grasindo.
- Tim Penyusun UTama. (2007). *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen Program Studi Manajemen S1 Fakultas Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Utama.
- Umar, Husein. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Umar, Husein. (2002). *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, Husaini, dkk. (2003). *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad, et al. (2014). Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer. *Jurnal Procedia Social and Behavioral Science*, 145-154.
- Yusuf, Muri. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Zhao, J. & Kling, C.L (2004). Willingness to pay, compensating variation, and the cost of commitment. *Economic Inquiry*, 42 (3), 503-517.
- Zulfikar, dkk. (2014). *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.
- _____. (2010). *Muslim Population of Indonesia*. Diakses dari <http://www.pewforum.org/2010/11/04/muslim-population-of-indonesia/> pada 26 Maret 2017.

<http://fe.uny.ac.id/sejarah-dan-struktur-organisasi>

https://www.bps.go.id/index.php/istilah/index?Istilah%5Bberawalan%5D=P&Istilah_page=7

www.halalmui.org

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

- a. DATA WINA (World Instan Noodles Association)**
- b. Jumlah Mahasiswa UNY berdasarkan agama**

a. Global Demand for Instan Noodles

Updated on May 11, 2016

	Country / Region	2011	2012	2013	2014	2015
1	China / Hong Kong	42,470	44,030	46,220	44,400	40,430
2	Indonesia	14,530	14,750	14,900	13,430	13,200
3	Japan	5,510	5,410	5,520	5,500	5,540
4	Viet Nam	4,900	5,060	5,200	5,000	4,800
5	USA	4,270	4,340	4,350	4,280	4,210
6	Republic of Korea	3,590	3,520	3,630	3,590	3,650
7	Philippines	2,840	3,020	3,150	3,320	3,480
8	India	3,530	4,360	4,980	5,340	3,260
9	Thailand	2,880	2,960	3,020	3,070	3,070
10	Brazil	2,130	2,310	3,270	2,370	2,280

instantnoodles.org

Sumber: <https://news.idntimes.com/indonesia/erwanto/masyarakat-indonesia-santap-132-miliar-bungkus-mie-instan-per-tahun/full>

b. Jumlah Mahasiswa di Universitas Negeri Yogyakarta tahun angkatan 2014-2017 berdasarkan Agama

AGAMA	FAKULTAS								TOTAL
	FBS	FE	FIK	FIP	FIS	FMIP A	PASCA SAR- JANA	TEKNIK	
BUDHA	99	1	3	2	1	2	12	5	125
HINDU	18	6	3	4	5	4	32	37	109
ISLAM	3411	2415	2024	3136	2594	2666	4500	4163	24909
KOSONG	0	0	0	0	0	0	12	0	12
KRISTEN KATOLIK	177	71	58	71	65	88	245	103	878
KRISTEN PROTESTAN	173	62	71	74	57	72	171	119	799
KONG HU CHU	5	0	0	0	0	1	0	0	6
LAINNYA	90	0	0	0	1	1	4	0	96
TOTAL	3973	2555	2159	3287	2723	2834	4976	4427	26934
% Mahasiswa Muslim	85.85	94.52	93.75	95.41	95.26	94.07	90.43	94.04	
Peringkat	8	3	6	1	2	4	7	5	

Sumber: Sub. Bagian Informasi Akademik Universitas Negeri Yogyakarta

LAMPIRAN 2

ANGKET UJI COBA INSTRUMEN

ANGKET PENELITIAN

WILLINGNESS TO PAY MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA TAHUN ANGKATAN 2014-2017
TERHADAP MIE SAMYANG BERLABEL HALAL LPPOM MUI

A. PENDAHULUAN

Assalammu'alaikum, Wr. Wb.

Saya mengucapkan terimakasih sebelumnya karena anda bersedia berpartisipasi dalam penelitian saya. Adapun penelitian ini diadakan dalam rangka penulisan tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan pada jurusan Pendidikan Ekonomi UNY. Saya menjamin kerahasiaan anda sebagai kode etik penelitian.

Wassalammu'alaikum, Wr. Wb.

Hormat saya,

Lely Diana Sari Saputri

B. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk Pengisian:

Pada pertanyaan di bawah ini, anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya dengan memberikan tanda silang (x) pada jawaban yang anda pilih. Untuk pertanyaan nomor 5 anda dapat mengisi jawaban pada tempat yang telah tersedia.

1. Nama :
2. NIM :
3. Prodi :
4. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

5. Berapa pendapatan anda per bulan (uang saku mahasiswa per bulan)?

.....

6. Apakah anda pernah mengkonsumsi mie samyang?

a. Ya

b. Tidak

C. PETUNJUK PENGISIAN TES TENTANG KESADARAN KEHALALAN

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan. Silakan baca dan fahami dengan baik setiap pertanyaan tersebut. Anda diminta untuk mengemukakan **apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut sesuai dengan diri Anda**, dengan cara memberi tanda centang (√) dalam kotak pada pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Setiap orang dapat mempunyai jawaban yang berbeda dan **tidak ada jawaban yang dianggap salah**, karena itu pilihlah jawaban yang **paling sesuai dengan diri Anda**.

Contoh:

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasakan ketenangan bila mengkonsumsi makanan halal	√				

TES TENTANG KESADARAN KEHALALAN

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tidak mengetahui label halal yang otentik dari LPPOM MUI					
2.	Saya akan berhati-hati ketika memilih produk					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	makanan dengan label halal					
3.	Saya tidak mempekasalahkan lembaga yang membuat label halal					
4.	Saya akan tetap membeli produk makanan dari negara lain yang berlabel halal LPPOM MUI					
5.	Saya tidak mengetahui bahwa beberapa produk makanan mendapat sertifikasi halal dari negara lain					
6.	Saya lebih memilih produk makanan berlabel halal LPPOM MUI dari pada produk yang tidak memiliki label halal LPPOM MUI					
7.	Produk berlabel halal tidak mengandung najis					
8.	Produk berlabel halal berkualitas					
9.	Saya tau pengertian halalan toyyiban					
10.	Saya tidak ragu untuk mengkonsumsi makanan berlabel halal					
11.	Saya akan membeli produk makanan yang tidak diyakini kehalalannya					
12.	Produk berlabel halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat					
13.	Saya akan memilih produk makanan berdasarkan ada tidaknya label halal LPPOM MUI					
14.	Saya tetap akan membeli produk makanan berlabel halal dari negara lain					
15.	Produk berlabel halal telah lolos tes uji halal oleh LPPOM MUI					

D. ANGGKET TENTANG WTP

1. Apakah anda bersedia membayar lebih untuk Mie Samyang berlabel halal LPPOM MUI dari harga produk Mie Samyang saat ini?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. **Petunjuk pengisian:** Berilah tanda centang (√) pada kotak di bawah ini mengenai nominal maksimum yang bersedia anda bayarkan.

Dibawah ini telah disediakan beberapa tawaran harga tertinggi hingga terendah dari mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Dengan adanya mie samyang berlabel halal LPPOM MUI maka masyarakat muslim yang mengkonsumsinya akan terhindar dari mudharat dan terjaga kesehatannya.

Pertanyaan	Harga per bungkus Mie Samyang berlabel halal LPPOM MUI				
	Rp 35.000,-	Rp 30.000,-	Rp 25.000,-	Rp 20.000,-	Rp 15.000,-
Berapa harga maksimum yang bersedia Anda bayarkan untuk Mie Samyang berlabel halal LPPOM MUI?					

Terimakasih atas partisipasinya.

LAMPIRAN 3

DATA DAN HASIL UJI COBA

INSTRUMEN

A. Rekapitulasi Data Uji Coba Instrumen Kesadaran Kehalalan

NO	No. Butir Soal															Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	5	4	4	5	2	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	65
2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
3	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	5	5	4	2	4	55
4	3	4	4	4	2	5	3	3	3	3	5	4	4	3	3	53
5	2	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	58
6	1	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	47
7	1	3	2	4	1	4	5	5	4	4	2	4	4	2	4	49
8	3	5	4	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	1	5	63
9	1	4	2	4	1	4	3	3	1	3	4	3	3	3	3	42
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	58
11	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	2	4	68
12	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	56
13	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	59
14	1	5	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	50
15	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	71
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	58
17	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	62
18	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	55
19	2	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	2	4	56
20	4	4	3	4	2	5	5	4	4	4	2	4	5	3	3	56

21	3	4	3	4	2	5	4	4	4	4	1	4	4	3	4	53
22	4	3	4	4	3	5	4	3	5	5	4	3	4	3	4	58
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	71
24	4	2	4	5	2	3	5	5	5	5	3	5	5	1	5	59
25	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	55
26	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	1	5	67
27	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	5	50
28	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	2	4	64
29	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	56
30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kesadaran Kehalalan

1. Hasil Uji Validitas

Correlations

	Butir 1	Butir 2	Butir 3	Butir 4	Butir 5	Butir 6	Butir 7	Butir 8	Butir 9	Butir 10	Butir 11	Butir 12	Butir 13	Butir 14	Butir 15	Total
Butir 1 Pearson Correlation Sig. (2-	1	,129	,624(**)	,240	,495(**)	,104	,259	,124	,535(**)	,637(**)	,488(**)	,530(**)	,543(**)	,086	,447(*)	,764(**)
		,496	,000	,202	,005	,583	,167	,513	,002	,000	,006	,003	,002	,65	,013	,000

	Butir 1	Butir 2	Butir 3	Butir 4	Butir 5	Butir 6	Butir 7	Butir 8	Butir 9	Butir 10	Butir 11	Butir 12	Butir 13	Butir 14	Butir 15	Total
Butir 2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,129	1	,312	-,025	,538(**)	,480(**)	,116	-,116	,136	,241	,474(**)	,231	,208	,000	,159	,453(*)
Sig. (2-tailed)	,496		,093	,894	,002	,007	,542	,542	,475	,200	,008	,220	,270	1,000	,403	,012
Butir 3	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,624(**)	,312	1	,299	,765(**)	,475(**)	,340	,073	,466(**)	,622(**)	,551(**)	,455(*)	,675(**)	-,097	,511(**)	,837(**)
Sig. (2-tailed)	,000	,093		,108	,000	,008	,066	,701	,009	,000	,002	,011	,000	,610	,004	,000
Butir 4	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,240	-,025	,299	1	-,065	,147	,364(*)	,146	,234	,363(*)	,098	,416(*)	,365(*)	-,350	,108	,338
Sig. (2-tailed)	,202	,894	,108		,734	,440	,048	,440	,213	,048	,605	,022	,047	,058	,571	,068
Butir 5	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	,495(**)	,538(**)	,765(**)	-,065	1	,378(*)	,279	-,116	,522(**)	,538(**)	,554(**)	,297	,576(**)	-,16	,480(**)	,739(**)

		Butir 1	Butir 2	Butir 3	Buti r 4	Butir 5	Butir 6	Butir 7	Buti r 8	Butir 9	Butir 10	Butir 11	Butir 12	Butir 13	But ir 14	Butir 15	Total	
5	Correla tion Sig. (2- tailed)	,005	,002	,000	,734		,039	,135	,541	,003	,002	,001	,112	,001	0	,39 8	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Bu tir 6	Pearso n Correla tion Sig. (2- tailed)	,104	,480(**)	,475(**)	,147	,378(*)	1	,306	,101	,260	,190	,084	,055	,427(*)	,05 8	-,028	,422(*)	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Bu tir 7	Pearso n Correla tion Sig. (2- tailed)	,259	,116	,340	,364 (*)	,279	,306	1	,380 (*)	,668(**)	,614(**)	-,012	,531(**)	,686(**)	- .27 5	,531(**)	,594(**)	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Bu tir 8	Pearso n Correla tion Sig. (2- tailed)	,124	-,116	,073	,146	-,116	-,101	,380(*)	1	,243	,255	-,111	,416(*)	,184	,13 4	,225	,281	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		,513	,542	,701	,440	,541	,595	,038		,196	,174	,559	,022	,331	,48 2	,231	,132	

		Butir 1	Butir 2	Butir 3	Buti r 4	Butir 5	Butir 6	Butir 7	Buti r 8	Butir 9	Butir 10	Butir 11	Butir 12	Butir 13	But ir 14	Butir 15	Total
Bu tir 9	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearso n Correla tion Sig. (2- tailed)	,535(**)	,136	,466(**)	,234	,522(**)	,260	,668(**)	,243	1	,774(**)	,190	,552(**)	,690(**)	-, 22 1	,552(**)	,736(**)
		,002	,475	,009	,213	,003	,165	,000	,196	,000	,316	,002	,000	,24 1	,002	,000	
Bu tir 10	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearso n Correla tion Sig. (2- tailed)	,637(**)	,241	,622(**)	,363 (*)	,538(**)	,190	,614(**)	,255	,774(**)	1	,403(*)	,594(**)	,654(**)	-, 24 0	,766(**)	,832(**)
		,000	,200	,000	,048	,002	,314	,000	,174	,000	,027	,001	,000	,20 2	,000	,000	
Bu tir 11	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearso n Correla tion Sig. (2- tailed)	,488(**)	,474(**)	,551(**)	,098	,554(**)	,084	-, 012	-, 111	,190	,403(*)	1	,364(*)	,262	-, 05 6	,364(*)	,587(**)
		,006	,008	,002	,605	,001	,658	,948	,559	,316	,027	,048	,161	,77 0	,048	,001	
Bu tir 12	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearso n Correla tion	,530(**)	,231	,455(*)	,416 (*)	,297	,055	,531(**)	,416 (*)	,552(**)	,594(**)	,364(*)	1	,557(**)	-, 24 4	,651(**)	,703(**)

	Butir 1	Butir 2	Butir 3	Butir 4	Butir 5	Butir 6	Butir 7	Butir 8	Butir 9	Butir 10	Butir 11	Butir 12	Butir 13	Butir 14	Butir 15	Total	
Butir 13	tion Sig. (2-tailed)	,003	,220	,011	,022	,112	,772	,003	,022	,002	,001	,048		,001	,194	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,543(**)	,208	,675(**)	,365(*)	,576(**)	,427(*)	,686(**)	,184	,690(**)	,654(**)	,262	,557(**)	1	-,251	,377(*)	,775(**)
Butir 14	tion Sig. (2-tailed)	,002	,270	,000	,047	,001	,018	,000	,331	,000	,000	,161	,001		,181	,040	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,086	,000	-,097	-,350	-,160	,058	-,275	,134	-,221	-,240	-,056	-,244	-,251	1	-,244	-,055
Butir 15	tion Sig. (2-tailed)	,650	1,000	,610	,058	,398	,761	,141	,482	,241	,202	,770	,194	,181		,194	,771
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,447(*)	,159	,511(**)	,108	,480(**)	-,028	,531(**)	,225	,552(**)	,766(**)	,364(*)	,651(**)	,377(*)	-,244	1	,657(**)
Butir 15	tion Sig. (2-tailed)	,013	,403	,004	,571	,007	,885	,003	,231	,002	,000	,048	,000	,040	,194		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Butir 1	Butir 2	Butir 3	Butir 4	Butir 5	Butir 6	Butir 7	Butir 8	Butir 9	Butir 10	Butir 11	Butir 12	Butir 13	Butir 14	Butir 15	Total
Total Pearson Correlation	,764(**)	,453(*)	,837(**)	,338	,739(**)	,422(*)	,594(**)	,281	,736(**)	,832(**)	,587(**)	,703(**)	,775(**)	-,055	,657(**)	1
Sig. (2-tailed)	,000	,012	,000	,068	,000	,020	,001	,132	,000	,000	,001	,000	,000	,771	,000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	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).

2. Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	30	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,889	12

LAMPIRAN 4
INSTRUMEN PENELITIAN

ANGKET PENELITIAN

WILLINGNESS TO PAY MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA TAHUN ANGKATAN 2014-2017
TERHADAP MIE SAMYANG BERLABEL HALAL LPPOM MUI

A. PENDAHULUAN

Assalammu'alaikum, Wr. Wb.

Saya mengucapkan terimakasih sebelumnya karena anda bersedia berpartisipasi dalam penelitian saya. Adapun penelitian ini diadakan dalam rangka penulisan tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan pada jurusan Pendidikan Ekonomi UNY. Saya menjamin kerahasiaan anda sebagai kode etik penelitian.

Wassalammu'alaikum, Wr. Wb.

Hormat saya,

Lely Diana Sari Saputri

B. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk Pengisian:

Pada pertanyaan di bawah ini, anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya dengan memberikan tanda silang (x) pada jawaban yang anda pilih. Untuk pertanyaan nomor 5 anda dapat mengisi jawaban pada tempat yang telah tersedia.

1. Nama :
2. NIM :
3. Prodi :
4. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

5. Berapa pendapatan anda per bulan (uang saku mahasiswa per bulan)?

.....

6. Apakah anda pernah mengkonsumsi mie samyang?

a. Ya

b. Tidak

E. PETUNJUK PENGISIAN TES TENTANG KESADARAN KEHALALAN

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan. Silakan baca dan fahami dengan baik setiap pertanyaan tersebut. Anda diminta untuk mengemukakan **apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut sesuai dengan diri Anda**, dengan cara memberi tanda centang (√) dalam kotak pada pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Setiap orang dapat mempunyai jawaban yang berbeda dan **tidak ada jawaban yang dianggap salah**, karena itu pilihlah jawaban yang **paling sesuai dengan diri Anda**.

Contoh:

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasakan ketenangan bila mengkonsumsi makanan halal	√				

TES TENTANG KESADARAN KEHALALAN

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tidak mengetahui label halal yang otentik dari LPPOM MUI					
2.	Saya akan berhati-hati ketika memilih produk					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	makanan dengan label halal					
3.	Saya tidak mempekasalahkan lembaga yang membuat label halal					
4.	Saya tidak mengetahui bahwa beberapa produk makanan mendapat sertifikasi halal dari negara lain					
5.	Saya lebih memilih produk makanan berlabel halal LPPOM MUI dari pada produk yang tidak memiliki label halal LPPOM MUI					
6.	Produk berlabel halal tidak mengandung najis					
7.	Saya tau pengertian halalan toyyiban					
8.	Saya tidak ragu untuk mengkonsumsi makanan berlabel halal					
9.	Saya akan membeli produk makanan yang tidak diyakini kehalalannya					
10.	Produk berlabel halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat					
11.	Saya akan memilih produk makanan berdasarkan ada tidaknya label halal LPPOM MUI					
12.	Produk berlabel halal telah lolos tes uji halal oleh LPPOM MUI					

F. ANGGKET TENTANG WTP

1. Apakah anda bersedia membayar lebih untuk Mie Samyang berlabel halal LPPOM MUI dari harga produk Mie Samyang saat ini?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. **Petunjuk pengisian:** Berilah tanda centang (√) pada kotak di bawah ini mengenai nominal maksimum yang bersedia anda bayarkan.

Dibawah ini telah disediakan beberapa tawaran harga tertinggi hingga terendah dari mie samyang berlabel halal LPPOM MUI. Dengan adanya mie samyang berlabel halal LPPOM MUI maka masyarakat muslim yang mengkonsumsinya akan terhindar dari mudharat dan terjaga kesehatannya.

Pertanyaan	Harga per bungkus Mie Samyang berlabel halal LPPOM MUI				
	Rp 35.000,-	Rp 30.000,-	Rp 25.000,-	Rp 20.000,-	Rp 15.000,-
Berapa harga maksimum yang bersedia Anda bayarkan untuk Mie Samyang berlabel halal LPPOM MUI?					

Terimakasih atas partisipasinya.

LAMPIRAN 5

DATA HASIL PENELITIAN

1. Pendapatan

No.	Pendapatan atau uang saku mahasiswa per bulan (dalam ribuan rupiah)	No.	Pendapatan atau uang saku mahasiswa per bulan (dalam ribuan rupiah)	No.	Pendapatan atau uang saku mahasiswa per bulan (dalam ribuan rupiah)
1	1500	33	1000	65	800
2	800	34	400	66	500
3	500	35	800	67	600
4	1000	36	1000	68	800
5	700	37	800	69	800
6	1200	38	500	70	500
7	600	39	600	71	750
8	1000	40	1000	72	700
9	650	41	600	73	500
10	500	42	400	74	1000
11	1000	43	800	75	500
12	700	44	400	76	700
13	800	45	600	77	1000
14	500	46	1500	78	800
15	900	47	500	79	800
16	900	48	800	80	1000
17	500	49	1500	81	500
18	1000	50	700	82	1500
19	1000	51	1000	83	1200
20	500	52	700	84	1000
21	700	53	500	85	800
22	350	54	800	86	800
23	500	55	600	87	700
24	1500	56	650	88	1500
25	500	57	650	89	500
26	700	58	800	90	500
27	700	59	600	91	1500
28	600	60	1500	92	600
29	500	61	900	93	1200
30	1000	62	1200	94	500
31	600	63	700	95	600
32	1500	64	1500	96	1500

2. Pengalaman Mengkonsumsi

No.	Pengalaman Mengkonsumsi	No.	Pengalaman Mengkonsumsi	No.	Pengalaman Mengkonsumsi
1	1	33	1	65	1
2	1	34	0	66	0
3	0	35	1	67	1
4	1	36	1	68	0
5	1	37	1	69	1
6	1	38	0	70	0
7	1	39	1	71	1
8	1	40	1	72	0
9	0	41	1	73	1
10	1	42	0	74	1
11	1	43	1	75	0
12	1	44	0	76	0
13	1	45	1	77	1
14	0	46	1	78	1
15	1	47	1	79	1
16	1	48	1	80	0
17	1	49	1	81	0
18	1	50	1	82	1
19	1	51	1	83	1
20	0	52	1	84	1
21	1	53	1	85	1
22	0	54	0	86	0
23	1	55	1	87	0
24	1	56	1	88	1
25	0	57	0	89	1
26	1	58	1	90	0
27	1	59	1	91	1
28	0	60	1	92	0
29	1	61	0	93	1
30	1	62	1	94	0
31	0	63	1	95	1
32	1	64	1	96	1

3. Kesadaran Kehalalan

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL KESADARAN
	KESADARAN KEHALALAN												
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	5	4	5	3	5	4	5	5	3	4	4	3	50
3	4	2	2	2	4	4	4	4	5	4	5	5	45
4	4	3	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	45
5	2	4	3	2	5	5	5	5	4	5	5	5	50
6	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	55
7	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	55
8	3	4	4	3	5	4	5	5	3	5	5	4	50
9	3	4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	40
10	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	55
11	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	55
12	3	4	3	3	3	3	5	4	2	3	3	4	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
14	2	4	4	5	4	4	4	3	5	3	4	3	45
15	2	4	2	2	4	3	3	4	5	4	4	3	40
16	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	55
17	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	55

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL KESADARAN
	KESADARAN KEHALALAN												
18	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	55
19	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	55
20	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	40
21	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	55
22	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	45
23	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
24	3	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	50
25	4	4	3	2	3	3	4	4	2	4	4	3	40
26	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	55
27	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	55
28	4	3	3	2	3	4	4	3	2	4	4	4	40
29	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	45
30	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	55
31	2	5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	5	50
32	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	55
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
34	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	3	50
35	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	3	50
36	4	4	3	2	4	4	4	5	5	5	5	5	50
37	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	52

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL KESADARAN
	KESADARAN KEHALALAN												
38	2	4	3	3	3	3	3	4	3	5	4	3	40
39	5	2	4	5	1	1	1	3	5	4	4	5	40
40	2	5	3	2	5	4	4	5	5	5	5	5	50
41	2	3	4	2	5	5	4	4	3	4	4	5	45
42	3	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	50
43	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	49
44	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	40
45	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	45
46	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	50
47	5	3	2	2	5	5	5	5	4	5	5	4	50
48	2	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	50
49	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	55
50	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	48
51	2	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	50
52	3	5	5	2	5	3	4	5	5	3	2	3	45
53	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	50
54	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	50
55	2	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	50
56	2	5	2	2	5	5	4	5	2	5	4	4	45
57	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	55

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL KESADARAN
	KESADARAN KEHALALAN												
58	1	5	5	2	5	5	5	3	4	3	3	4	45
59	2	4	2	1	4	4	4	4	4	3	4	4	40
60	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	55
61	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	55
62	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	55
63	3	5	3	3	4	5	4	3	3	5	4	3	45
64	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	55
65	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	55
66	3	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3	3	45
67	1	5	5	2	5	4	5	4	5	5	4	5	50
68	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	55
69	5	5	2	5	5	5	5	5	5	4	5	4	55
70	3	5	3	2	5	5	4	4	3	3	4	4	45
71	4	5	2	2	5	5	5	5	4	5	4	4	50
72	3	5	4	3	5	4	5	4	5	3	5	4	50
73	5	4	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	50
74	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	55
75	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	55
76	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	55
77	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	55

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL KESADARAN
	KESADARAN KEHALALAN												
78	4	5	4	3	5	3	4	3	3	5	3	3	45
79	3	4	3	3	5	5	3	5	4	4	3	3	45
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
81	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	50
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
83	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	55
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
85	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	50
86	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	55
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	50
88	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	55
89	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	40
90	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	45
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
92	2	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	45
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
94	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	55
95	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	50
96	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	55

4. Willingness to Pay (dalam ribuan rupiah)

No.	WTP	No.	WTP	No.	WTP
1	30	33	25	65	25
2	15	34	15	66	20
3	15	35	15	67	15
4	20	36	30	68	15
5	20	37	20	69	20
6	25	38	15	70	15
7	20	39	25	71	20
8	25	40	20	72	15
9	20	41	15	73	15
10	20	42	20	74	25
11	25	43	20	75	15
12	25	44	15	76	15
13	20	45	20	77	30
14	15	46	25	78	15
15	25	47	15	79	15
16	15	48	20	80	20
17	15	49	30	81	15
18	25	50	15	82	25
19	20	51	30	83	25
20	15	52	25	84	25
21	15	53	15	85	20
22	15	54	15	86	15
23	15	55	15	87	20
24	25	56	20	88	30
25	15	57	15	89	20
26	15	58	20	90	20
27	15	59	25	91	30
28	15	60	35	92	15
29	20	61	20	93	15
30	25	62	30	94	15
31	15	63	20	95	25
32	30	64	25	96	30

LAMPIRAN 6

UJI PRASYARAT ANALISIS

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,41574834
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,049
	Negative	-,036
Kolmogorov-Smirnov Z		,478
Asymp. Sig. (2-tailed)		,976

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

B. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16,824	3,327		5,057	,000		
	Pendapatan(uang saku per bulan)	,012	,001	,741	8,674	,000	,612	1,635
	Pengalaman Mengkonsumsi	2,194	,873	,188	2,514	,014	,797	1,254
	Kesadaran Kehalalan	-,164	,074	-,174	-2,207	,030	,721	1,387

a. Dependent Variable: Willingness to Pay

C. Uji Heterosedastisitas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,360	3	10,787	2,708	,050 ^a
	Residual	366,416	92	3,983		
	Total	398,777	95			

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Kehalalan, Pengalaman Mengkonsumsi, Pendapatan(uang saku per bulan)

b. Dependent Variable: Absolut Residu

LAMPIRAN 7

UJI ANALISIS REGRESI GANDA OLS

KOEFISIEN DETERMINASI

A. Analisis Regresi Ganda

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1587,436	3	529,145	43,921	,000 ^a
	Residual	1108,397	92	12,048		
	Total	2695,833	95			

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Kehalalan, Pengalaman Mengkonsumsi, Pendapatan(uang saku per bulan)

b. Dependent Variable: Willingness to Pay

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,824	3,327		5,057	,000
	Pendapatan(uang saku per bulan)	,012	,001	,741	8,674	,000
	Pengalaman Mengkonsumsi	2,194	,873	,188	2,514	,014
	Kesadaran Kehalalan	-,164	,074	-,174	-2,207	,030

a. Dependent Variable: Willingness to Pay

B. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,767 ^a	,589	,575	3,471

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Kehalalan, Pengalaman Mengkonsumsi, Pendapatan(uang saku per bulan)

LAMPIRAN 8

SURAT IJIN PENELITIAN



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 554902, 586168 pesawat 817, Fax (0274) 554902
Laman: fe.uny.ac.id E-mail: fe@uny.ac.id

Nomor : 2483/UN34.18/LT/2017

7 Desember 2017

Lampiran : -

Hal : Permohonan Ijin Observasi

**Yth. Kantor Humas, Promosi, dan Protokol Universitas Negeri Yogyakarta
cq. Ka. Bagian Kemahasiswaan Universitas Negeri Yogyakarta
Jalan Colombo No. 1 Yogyakarta**

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Lely Diana Sari Saputri
NIM : 14804241019
Jurusan/Prodi : Pendidikan Ekonomi - S1
Judul : Willingness to Pay Konsumen terhadap Mie Instan Asal Korea Berlabel Halal Tujuan: Mencari data mahasiswa/i beragama Islam setiap Fakultas yang ada di UNY guna Penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
Tujuan : Melakukan observasi untuk melengkapi tugas mata kuliah
Waktu Observasi : Kamis - Jumat, 7 - 8 Desember 2017

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi ijin dan bantuan seperlunya.

Atas ijin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Patal Dekan I

Tembusan :

1. Sub. Bagian Pendidikan dan Kemahasiswaan ;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Prof. Sukirno, S.Pd., M.Si., Ph.D.
NIP. 196904141994031002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 554902, 586168 pesawat 817, Fax (0274) 554902
Laman: fe.uny.ac.id E-mail: fe@uny.ac.id

Nomor : 2585/UN34.18/LT/2017

15 Desember 2017

Lampiran : -

Hal : **Permohonan Ijin Observasi**

Yth . **Kasubag Informasi Akademik Universitas Negeri Yogyakarta
Jl. Colombo No. 1 Yogyakarta 55281**

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Lely Diana Sari Saputri
NIM : 14804241019
Jurusan/Prodi : Pendidikan Ekonomi - S1
Judul : Mencari data mahasiswa/mahasiswi beragama Islam di setiap program studi yang ada di Fakultas Ekonomi UNY angkatan 2014 sampai dengan 2017 guna Penyusunan Tugas Akhir Skripsi./ Judul: Willingness to Pay Konsumen terhadap Mie Instan Asal Korea Berlabel Halal.
Tujuan : Melakukan observasi untuk melengkapi tugas mata kuliah
Waktu Observasi : Jumat - Senin, 15 - 18 Desember 2017

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi ijin dan bantuan seperlunya.

Atas ijin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan I

Prof. Sukirno, S.Pd., M.Si., Ph.D.
NIP. 196904141994031002

Tembusan :
1. Sub. Bagian Pendidikan dan Kemahasiswaan ;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.