

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN ATAS KESADARAN HALAL DAN SERTIFIKAT HALAL TERHADAP MINAT BELI MAKANAN BAKSO TYGA SAPI DI WILAYAH PONTIANAK

Ramlan, Riadi Budiman, Dedi Wijayanto

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura, Pontianak, 78124
Email: ramlan@untan.ac.id

ABSTRAK

Bakso Tyga Sapi merupakan makanan yang banyak digemari oleh masyarakat Pontianak. Pencantuman sertifikasi halal pada makanan menjadi sarana yang efektif bagi konsumen untuk memilih makanan halal. Bakso Tyga Sapi belum memiliki sertifikasi halal dalam label produk, namun perusahaan telah menjamin kehalalan produknya. Jaminan terhadap kehalalan produk pangan dapat diciptakan dengan cara sertifikasi halal. Penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen atas kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap minat beli makanan Bakso Tyga Sapi di wilayah Pontianak.

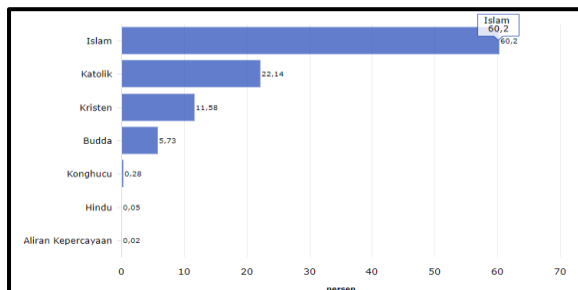
Kuesioner dijadikan sebagai sumber data penelitian dan masyarakat muslim di wilayah Pontianak dijadikan sebagai sampel. *Purposive sampling* adalah salah satu jenis pengambilan sampel bukan probabilitas, di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang untuk dimasukkan ke dalam sampel. Metode yang digunakan analisis regresi linear berganda dan teknik pengambilan sampel 100 orang yang pernah makan Bakso Tyga Sapi Pontianak dimasukkan dalam sampel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan t hitung adalah $5,657 > 1,984$ dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka dapat tarik kesimpulan minat beli dapat dipengaruhi oleh variabel kesadaran halal. Dengan nilai t hitung sebesar $2,700 > 1,984$ dan tingkat signifikansi $0,008$ lebih kecil daripada $0,05$ maka variabel sertifikat halal berpengaruh terhadap minat beli. Diketahui bahwa nilai f hitung untuk variabel kesadaran halal dan sertifikat halal yang secara bersama-sama mempengaruhi minat beli adalah $130,909 > 3,09$ dan tingkat signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$. R-Square menghasilkan nilai *output* sebesar $0,730$ atau 73% , sedangkan sisanya sebesar 27% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Kesadaran Halal, Minat Beli, Regresi Linear Berganda, Sertifikat Halal.

PENDAHULUAN

Pontianak menjadi salah satu daerah dengan populasi muslim terbesar di Provinsi Kalimantan Barat. Laporan (Dukcapil) Kemendagri pada tahun 2022 tercatat total penduduk di daerah ibu kota Pontianak sebanyak 673.129 jiwa. Berdasarkan jumlah penduduk tersebut, maka dapat digambarkan grafik di bawah ini:



Gambar 1. Jumlah Penduduk di Daerah Pontianak
Sumber : Dukcapil (2022)

Data diagram diatas menunjukkan bahwa terdapat (60,2%) penduduk Pontianak beragama Islam. Berdasarkan hal tersebut maka permintaan terhadap produk halal juga tinggi. Seorang muslim sebelum

mengonsumsi suatu produk perlu memperhatikan kehalalannya. Dewasa ini perkembangan teknologi dapat menciptakan produk-produk baru yang menyebabkan masyarakat harus teliti dan selektif terhadap membeli produk yang halal. Hal ini dapat dikatakan bahwa dalam syariat islam produk halal adalah makanan yang sangat penting, patokan dan acuan halal di negara Indonesia adalah adanya sertifikasi halal diberikan oleh BPJPH.

Percantuman label halal tidak hanya penting untuk konsumen, tetapi juga untuk produsen dalam menangani kehalalan suatu produk. Penjaminan kehalalan produk pangan atau makanan dapat diterapkan Adapun salah satunya dalam bentuk sertifikat halal yang menyertakan suatu produk makanan atau minuman. Pemerintah dalam membentuk melindungi masyarakat dari makanan yang haram menurut Islam yaitu dengan memberikan sertifikasi halal pada produk pangan agar aman dikonsumsi masyarakat dalam kehidupan sehari hari.

Bakso Tyga Sapi merupakan makanan yang banyak disukai penduduk Pontianak karena lezatnya

dan ciri khas daging bakso tidak tercium aroma sapi yang kental meskipun rasa daging sapi disetiap daging bakso sangat terasa. Bakso Tyga Sapi belum memiliki sertifikasi halal dalam label produk, namun perusahaan telah menjamin kehalalan produknya. Penjaminan mengenai tingkat halal suatu produk pangan dapat dibentuk dan diciptakan melalui sertifikasi halal. Sertifikasi halal adalah bentuk bukti yang telah diterapkan dan disahkan oleh Majelis Ulama Indonesia yang mana produk akan dipasarkan oleh produsen yang telah memenuhi persyaratan kehalalannya, sehingga produk tersebut diperbolehkan untuk diperjual belikan di lingkup masyarakat luas. Penerapan sertifikasi halal pada produk pangan menjadi sarana yang efisien bagi para konsumen dalam memilih makanan dan merupakan contoh dalam bentuk tanggung jawab pemilik usaha serta perlindungan untuk pelanggan yang mengkonsumsi di tempat usaha tersebut.

Berdasarkan penjabaran permasalahan tersebut, maka peneliti ingin menganalisis dan menyelesaikan masalah yang terjadi dengan meneliti secara spesifik terkait ada tidaknya pengaruh perilaku konsumen atas kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap minat beli makanan Bakso Tyga Sapi di wilayah Pontianak.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah sikap konsumen dalam menilai suatu produk yang akan digunakan dalam kebutuhan kehidupan sehari-hari sesuai keinginan mereka [1]. Sikap konsumen dengan perbuatan yang terkait dalam proses konsumsi, dan pemakaian *product*. Perilaku konsumen merupakan bentuk proses berfikir dalam membuat putusan yang dalam hal menerima, menggunakan dan membeli, dalam menentukan barang atau jasa [2]. Menurut para ahli mendapati kesimpulan yaitu perilaku konsumen adalah bentuk sikap yang digunakan oleh *customer* dalam pemenuhan kebutuhannya dengan baik.

2. Konsep Halal

Mengonsumsi produk halal sangat penting menurut ajaran Islam. Berdasarkan hukum Islam, ada tiga kategori produk bagi umat Islam: halal, haram dan *mushbah*. Dalam bahasa Arab, kata "halal" berarti "dibolehkan", "dapat digunakan", dan "sah" atau "benar" [3]. Ada batasan yang jelas tentang legalitas atau ketidakabsahan suatu makanan untuk dikonsumsi umat Islam. Surat al-Baqarah: 168 Allah berfirman:

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

“Wahai Manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu

mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

3. Kesadaran Halal

Kesadaran halal yakni kemampuan seorang dalam meyakini dan memahami apakah yang dimaksud dengan halal sebenarnya dan seperti apa bentuk halal. Ini termasuk kesadaran pemasaran mereka tentang bagaimana produk disimpan, diangkut, dan disanitasi [4]. Patokan atas kesadaran konsumen dalam menentukan kehalalan suatu produk yaitu diantaranya sebagai berikut [5]:

- Sertifikasi halal
- Bahan baku halal
- Kewajiban agama
- Proses produksi
- Kebersihan produk

4. Sertifikat Halal

Sertifikasi halal adalah salah satu syarat bagi produsen untuk memasarkan dan mengedarkan produk yang dimiliki. Sertifikat halal merupakan kehalalan *product* yang telah dikemukakan oleh BPJPH sebagai fatwa halal sesuai dengan Syariat Islam [6]. Sertifikat halal memiliki 5 indikator yaitu sebagai berikut:

- Memiliki Kehalalan bahan baku.
- Memiliki Kehalalan sesuai syari'at islam.
- Memiliki Kehalalan proses pembuatannya.
- Memiliki Kehalalan dalam penyimpanannya.
- Memiliki logo MUI.

5. Minat Beli

Sikap atau kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk atau barang yang berhubungan langsung dengan proses pembelian disebut dengan minat beli. [7]. Minat beli seseorang ditimbulkan karena adanya kebutuhan tiap konsumen. Minat beli dapat ketahui melalui berbagai indikator berikut [8]:

- Minat transaksional, adalah suatu kecenderungan *customer* dalam melakukan pembelian *product* yang dibutuhkannya.
- Minat refrensial, diartikan sebagai sikap seseorang dalam memikirkan pembelian suatu produk.
- Minat preferensial, diartikan sebagai gambaran tingkah laku seseorang yang mana memiliki prefrensi terhadap suatu produk dan hanya digantikan jika terjadi suatu kejadian dengan produk preferensinya.
- Minat eksploratif, diartikan sebagai penjelasan kepada seseorang yang menjadi kebiasaan yang mana mencari *information* dalam sebuah produk.

6. Pengujian Validitas dan Reabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui kualitas kuesioner. Apabila pernyataan-pernyataan dalam kuesioner mampu menjelaskan sesuatu yang akan

diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap valid. [9]. Pada saat membandingkan nilai r hitung dan r tabel (df), uji signifikannya adalah $n-2$, dimana N menyatakan jumlah sampel dan $\alpha = 0,05$. Item pernyataan kuesioner dianggap valid jika r hitung $>$ r tabel. Rumus yang digunakan dalam menghitung korelasi *pearson* yaitu:

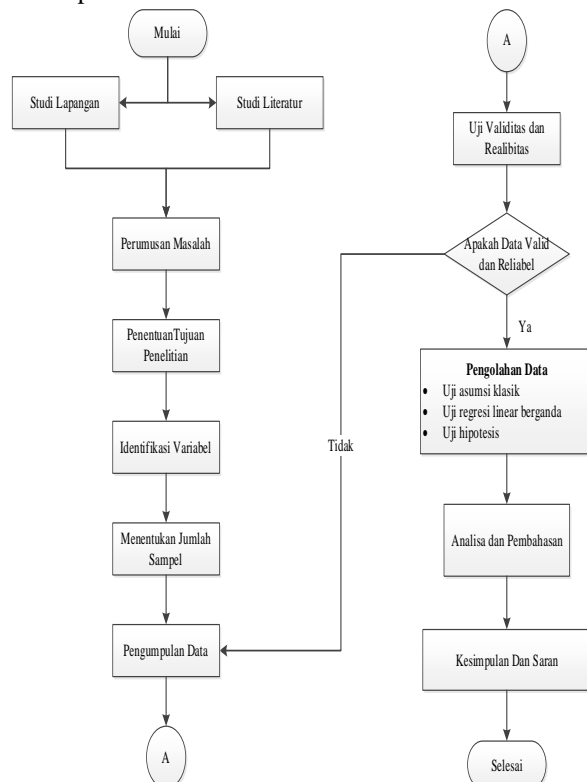
$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}}$$

Koefisien reliabilitas, juga dikenal sebagai *Cronbach Alpha*, harus kurang dari atau sama dengan 0,60 agar dianggap dapat diandalkan [10]. *Cronbach Alpha* dihitung menggunakan rumus berikut:

$$r_x = A = \left(\frac{n}{n-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2}\right)$$

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada makanan Bakso Tyga Sapi Pontianak. Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal dijadikan sebagai variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sebagai variabel terikat adalah Minat Beli. Responden pada penelitian ini merupakan masyarakat Pontianak atau yang gemar makan Bakso Tyga Sapi yang berusia 17 – 55 tahun. Responden dapat berupa perempuan maupun laki-laki. Berdasarkan pengumpulan sampel akan diambil 100 orang konsumen. Gambar 2 menunjukkan *flowchart* untuk penelitian ini.



Gambar 2. Diagram Alir Penelitian

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Penelitian kali ini mendistribusikan studi lapangan dan studi literatur serta melakukan penyebaran kuisisioner pada *platform Google Form*. Pengumpulan data dalam bentuk studi lapangan dan studi literatur dilakukan sejak Agustus 2022, sementara penyebaran dan pengumpulan tanggapan kuisisioner online dimulai sejak 17 Oktober 2022. Pengumpulan data penelitian ini diselesaikan pada 20 November 2022. Kuisisioner penelitian disebarikan secara *online* kepada masyarakat Kota Pontianak dengan kriteria responden gemar mengkosumsi Bakso Tyga Sapi. Penyebaran kuisisioner bertujuan untuk mengetahui bagaimana perasaan masyarakat terhadap kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap minat dalam membeli makanan Bakso Tyga Sapi.

1. Sampel Penelitian

Purposive dan *non-probability sampling* digunakan untuk mengumpulkan sampel pada penelitian ini. Responden harus memenuhi persyaratan masyarakat Pontianak atau yang pernah membeli Bakso Tyga Sapi dan berusia 17 tahun hingga 55 tahun. Adapun dalam penentuan jumlah *sample* menggunakan rumus *Cochran* berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan, penelitian ini membutuhkan 96 responden untuk jumlah sampel minimal. Untuk memberikan data yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan peneliti, maka peneliti memutuskan untuk mengumpulkan dan mengolah data dari 100 responden.

2. Rekapitulasi Data Kuisisioner

Merekapitulasi jawaban kuisisioner responden berdasarkan karakteristik dari beberapa data yang disajikan. Jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pengalaman konsumsi responden semuanya digunakan untuk menentukan kepribadian responden melalui penggunaan karakter responden.

a. Kategori Jenis Kelamin

Penelitian kali ini mengacu kepada 100 pelanggan Bakso Tyga Sapi yang tanggapan kuisisioner berbasis gendernya ditunjukkan pada tabel 1 menjadi subjek penelitian ini.

Tabel 1. Jumlah dan Presentase Kategori Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	21	21%
2	Perempuan	79	79%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 1 diatas menunjukkan responden perempuan lebih

dominan mengisi kuisisioner penelitian sebesar 79%. Sementara 21% orang lainnya gender laki-laki.

b. Kategori Usia

Hasil penelitian kepada 100 orang konsumen Bakso Tyga Sapi diperoleh data mengenai jumlah dan presentase kategori usia responden, seperti disajikan pada tabel 2:

Tabel 2. Jumlah dan Presentase Kategori Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase
1	17	18	18%
2	18	3	3%
3	19	3	3%
4	20	17	17%
5	21	14	14%
6	22	20	20%
7	23	8	8%
8	24	4	4%
9	25	3	3%
10	26	1	1%
11	29	1	1%
12	30	1	1%
13	34	1	1%
14	35	1	1%
15	36	1	1%
16	38	1	1%
17	40	1	1%
18	45	1	1%
19	48	1	1%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa 20 orang dari 100 orang responden pada penelitian kali ini berusia 22 tahun. Menunjukkan kategori berusia 22 tahun menjadi mayoritas dalam pengisian kuisisioner penelitian kali ini.

c. Kategori Pekerjaan

Hasil penelitian kepada 100 orang konsumen Bakso Tyga Sapi diperoleh data mengenai jumlah dan presentase kategori pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Jumlah dan Presentasi Kategori Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	65	65%
2	Ibu Rumah Tangga	6	6%
3	Wiraswasta	5	5%
4	ASN/Pegawai BUMN	3	3%
5	Pegawai Swasta	8	8%
6	Lainnya	13	13%
Jumlah		100	100%

Adapun *output* pada tabel 3 diketahui bahwa 65 dari 100 orang responden pada penelitian kali ini berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa. Jumlah ini menunjukkan bahwa mayoritas yang mengisi kuisisioner adalah pelajar/mahasiswa.

d. Kategori Pengalaman konsumsi

Berdasarkan hasil penelitian kepada 100 orang konsumen data mengenai pengalaman responden dalam mengkonsumsi Bakso Tyga Sapi. Berikut ditampilkan tabel 4 rekapitulasi pengalaman konsumsi responden:

Tabel 4. Jumlah dan Presentase Kategori Pengalaman Konsumsi

No	Pengalaman Konsumsi	Jumlah Responden	Presentase
1	1	24	24%
2	2	21	21%
3	> 3	55	55%
Jumlah		100	100%

Hasil *output* pada tabel 4 diatas, diketahui bahwa 55 orang dari 100 responden pada penelitian kali ini pernah mengkonsumsi makanan Bakso Tyga Sapi lebih dari 3 kali. Artinya lebih dari 50% responden mempunyai pengalaman > 3 kali dalam mengkonsumsi Bakso Tyga Sapi.

3. Pengujian Validitas dan Realiabilitas

Pengolahan data uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk melihat apakah data dari responden memenuhi syarat validitas dan reliabilitas yang baik sehingga hasil pengolahan memberikan *output* yang dapat dipertanggungjawabkan. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dievaluasi dengan bantuan *software* SPSS.

a. Uji Validitas

Data kuesioner digunakan sebagai alat ukur pada saat uji validitas untuk mengetahui valid tidaknya data yang diperoleh. Jika *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, maka data dianggap valid. Persamaan korelasi *pearson* menghasilkan hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Validitas Terhadap Kesadaran Halal

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kesadaran Halal (X1)	KSH1.1	0,346	0,197	V
	KSH1.2	0,583	0,197	V
	KSH2.1	0,298	0,197	V
	KSH2.2	0,221	0,197	V
	KSH2.3	0,215	0,197	V
	KSH3.1	0,388	0,197	V
	KSH4.1	0,620	0,197	V
	KSH4.2	0,711	0,197	V
	KSH4.3	0,690	0,197	V
	KSH5.1	0,391	0,197	V
	KSH5.2	0,712	0,197	V

Berdasarkan *output* pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal dengan 11 item pernyataan memperoleh hasil yang valid karena

nilai *r* hitung pada keseluruhan item pernyataan lebih besar dari *r* tabel (0,197). Berikut dibawah ini merupakan tabel 6 merupakan rekapitulasi tabel uji validitas sertifikat halal:

Tabel 6. Uji Validitas Terhadap Sertifikat Halal

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Sertifikat Halal (X2)	SFH1.1	0,320	0,197	V
	SFH2.1	0,384	0,197	V
	SFH3.1	0,386	0,197	V
	SFH4.1	0,363	0,197	V
	SFH5.1	0,603	0,197	V
	SFH5.2	0,699	0,197	V
	SFH5.3	0,711	0,197	V
	SFH5.4	0,246	0,197	V
	SFH5.5	0,546	0,197	V

Berdasarkan *output* pada tabel 6 diatas menunjukkan bahwa variabel sertifikat halal dengan 9 item pernyataan memperoleh hasil yang valid karena nilai *r* hitung pada keseluruhan item pernyataan lebih besar dari *r* tabel (0,197). Berikut dibawah ini merupakan tabel 7 merupakan rekapitulasi tabel uji validitas minat beli:

Tabel 7. Uji Validitas Terhadap Minat Beli

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Minat Beli (Y)	MBL1.1	0,695	0,197	V
	MBL1.2	0,517	0,197	V
	MBL1.3	0,733	0,197	V
	MBL2.1	0,594	0,197	V
	MBL3.1	0,690	0,197	V
	MBL4.1	0,527	0,197	V
	MBL4.2	0,616	0,197	V
	MBL4.3	0,558	0,197	V

Berdasarkan *output* pada tabel 7 diatas menunjukkan bahwa variabel minat beli dengan 8 item pernyataan memperoleh hasil yang valid karena nilai *r* hitung pada keseluruhan item pernyataan lebih besar dari *r* tabel (0,197).

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan dalam melihat apakah alat ukur yang dilakukan sudah *reliable*. Kriteria yang dinyatakan *reliable* dalam uji reliabilitas adalah diatas 0,60 yang terdapat pada tabel 8 berikut:

Tabel 8. Kriteria Reliabilitas

Cronbach Alpha	Kriteria
< 0,20	Tidak <i>reliable</i>
0,20 ≤ α < 0,40	Kurang <i>reliable</i>
0,40 ≤ α < 0,60	Cukup <i>reliable</i>
0,60 ≤ α < 0,80	<i>Reliable</i>
≥ 0,80	Sangat <i>reliable</i>

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan tingkat reliabilitas data penelitian yang dinyatakan reliabel yaitu jika data hasil uji mempunyai nilai *cronbach*

alpha diatas 0,60. Berikut uji reliabilitas data penelitian yang diperoleh dengan aplikasi SPSS pada tabel 9 dibawah ini:

Tabel 9. Uji Reliabilitas

Variable	Indicator	Item-Total Statistics			
		Item Mean	Item Variance	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kesadaran Halal (X1)	KSH1.1	114.9600	136.079	.512	.918
	KSH1.2	115.0000	134.081	.538	.917
	KSH2.1	115.1500	138.088	.251	.922
	KSH2.2	114.9500	137.280	.272	.922
	KSH2.3	115.1800	136.654	.300	.921
	KSH3.1	114.9800	134.444	.567	.917
	KSH4.1	115.2700	134.603	.411	.919
	KSH4.2	115.4800	127.888	.695	.914
	KSH4.3	115.4500	128.775	.724	.914
	KSH5.1	115.0000	134.525	.564	.917
	KSH5.2	115.3900	127.493	.701	.914
	Sertifikat Halal (X2)	SFH1.1	114.9200	137.529	.416
SFH2.1		114.9800	135.474	.496	.918
SFH3.1		115.0100	134.535	.564	.917
SFH4.1		114.9800	136.161	.507	.918
SFH5.1		115.1600	131.651	.587	.916
Minat Beli (Y)	SFH5.2	115.4900	128.212	.713	.914
	SFH5.3	115.4800	127.888	.695	.914
	SFH5.4	114.9400	136.845	.371	.919
	SFH5.5	115.0900	136.345	.405	.919
	MBL1	115.0600	131.976	.640	.916
	MBL1.2	115.1100	135.271	.467	.918
	MBL1.3	115.5000	127.909	.696	.914
	MBL2.1	115.0100	133.707	.551	.917
Minat Beli (Y)	MBL3.1	115.4500	128.775	.724	.914
	MBL4.1	115.2600	137.709	.328	.920
	MBL4.2	115.2600	135.326	.399	.919
	MBL4.3	115.1000	136.677	.386	.919

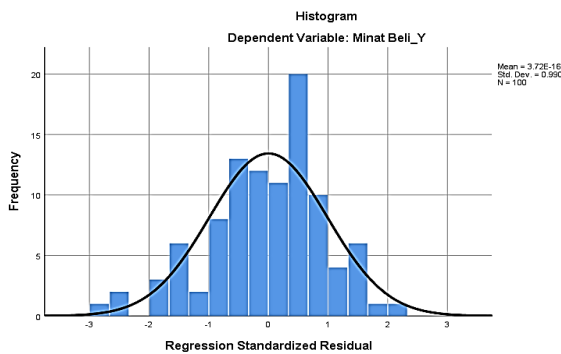
Hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa data pada setiap item variabel penelitian sudah dikatakan sangat reliabel karena semua data mempunyai nilai *cronbach 'alpha* diatas 0,80. Sehingga dapat dilanjutkan pada analisis regresi linear berganda berdasarkan data-data yang sudah dikumpulkan dan diuji.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menjamin bahwa model regresi yang dihasilkan dapat diandalkan, bebas dari bias, dan konsisten. Memeriksa ulang data *outlier* dan mengumpulkan kembali data kesalahan adalah dua peningkatan potensial.

a. Uji Normalitas

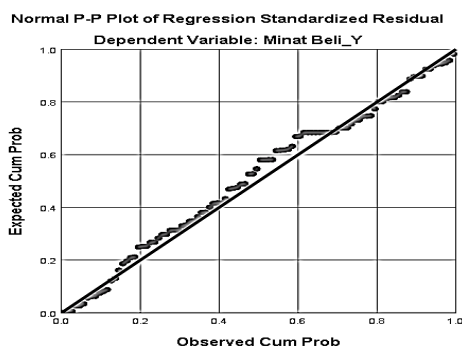
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu kumpulan data berdistribusi normal. Uji Kolmogrov-Smirnov, uji plot P-P normal, dan uji histogram adalah tiga metode dalam melakukan uji normalitas. Adapun memeriksa penyebaran data pada titik-titik diagonal yang tidak membentuk kerucut sempurna dan tidak jatuh ke kanan atau ke kiri selama pengujian histogram, dapat diinterpretasikan data berdistribusi normal. Gambar 3 menggambarkan uji histogram untuk variabel dependen minat beli.



Gambar 3. Uji Histogram

Pengujian histogram di atas yang didasarkan pada Gambar 3 menunjukkan bahwa distribusi data minat beli variabel dependen mendekati garis normal. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa data penelitian variabel dependen minat beli berdistribusi normal.

Penyebaran data sepanjang sumbu diagonal diperiksa dalam uji normal plot. Gambar 4 menyajikan *output* pada pengujian pada ini:



Gambar 4. Normal P-P Plot

Normal P-P plot di atas yang didasarkan pada Gambar 4, menunjukkan titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan searah dengan garis diagonal. Akibatnya, data penelitian mengikuti distribusi normal.

Uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data tidak normal apabila signifikansinya $< 0,05$ dan apabila signifikansinya $> 0,05$ maka data yang diuji berdistribusi normal. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov ditunjukkan pada tabel 10, yang dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 10. Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Residu yang tidak standar
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Standar deviasi	1.96037294
Perbedaan paling Ekstrem	Mutlak	.081
	Positif	.040

	Negatif	-.081
Uji Statistik		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.103 ^c
a. Uji distribusi Normal.		
b. Dihitung dari Data.		
c. Koreksi signifikansi Lilliefors.		

Hasil uji normalitas seperti terlihat pada tabel 10 menunjukkan bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,103, yang pasti lebih tinggi dari 0,05 menunjukkan bahwa data uji Kolmogorov smirnov dapat dinyatakan secara normal.

b. Uji Linearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan yang linear antar kesadaran halal dengan sertifikat halal terhadap minat beli. Hubungan linear yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen dapat ditentukan dengan pengujian linearitas apabila deviasi pada *sig. linearity* $> 0,05$. Tabel 11 menampilkan hasil pengolahan data variabel minat beli untuk kesadaran halal:

Tabel 11. Uji Linearitas Kesadaran Halal

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli (Y)* Kesadaran Halal (X1)	Antar Grup	Kombinasi	1044.086	19	54.952	12.100	.000
		Linearitas	998.325	1	998.325	219.833	.000
		Penyimpangan dari linearitas	45.761	18	2.542	.560	.918
	Dalam Grup		363.304	80	4.541		
	Total		1407.390	99			

Berdasarkan tabel 11 diatas menunjukkan *output* penyimpangan dari linearitas pada (*sig.*) yaitu 0,918 $> 0,05$ maka dapat di interpretasikan adanya signifikansi yang linear pada kesadaran halal terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Adapun uji linearitas pada variabel sertifikat halal terhadap minat beli dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini.

Tabel 12. Uji Linearitas Sertifikat Halal

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli (Y)* Sertifikat Halal (X2)	Antar Grup	kombinasi	969.192	15	64.613	12.386	.000
		Linearitas	901.396	1	901.396	172.792	.000
		Penyimpangan dari linearitas	67.796	14	4.843	.928	.533
	Dalam Grup		438.198	84	5.217		
	Total		1407.390	99			

Berdasarkan tabel 12 diatas menunjukkan *output* penyimpangan dari linearitas pada (*sig.*) yaitu 0,533 $> 0,05$ maka dapat di interpretasikan adanya signifikansi

yang linear pada sertifikat halal terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

c. Uji Multikolinearitas

Penelitian kali ini besarnya interkorelasi antara variabel sertifikat halal dan kesadaran halal ditentukan dengan menggunakan uji multikolinearitas. Toleransi dan nilai VIF dapat digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas. Multikolinearitas tidak menjadi masalah jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Tabel 12 menampilkan hasil uji multikolinearitas penelitian ini:

Tabel 13. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar	t	Sig.	Statistik Kolinearitas	
	B	standar kesalahan				Beta	Toleransi
(Constant)	1.759	1.999		.880	.381		
1 Kesadaran Halal (X1)	.458	.081	.596	5.657	.000	.251	3.983
Sertifikat Halal (X2)	.269	.100	.284	2.700	.008	.251	3.983

a. Dependent Variable: Minat Beli_Y

Nilai toleransi untuk variabel sertifikat halal dan kesadaran halal diketahui sebesar 0,251 > 0,1 seperti terlihat pada tabel 13. Fakta bahwa baik variabel sertifikat halal maupun kesadaran halal memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 yaitu 3,983 maka disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi diperiksa ketimpangan varians antara pengamatan residual menggunakan uji heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi variabel kesadaran halal dan sertifikat halal lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak memiliki heteroskedastisitas. Tabel 14 menampilkan uji heteroskedastisitas:

Tabel 14. Uji Heteroskedastisitas

Correlations					
			Residu yang tidak standar	X1	X2
Spearman's rho	Residual yang tidak standar	Koefisien Korelasi	1.000	.028	-.017
		Sig. (2-tailed)	.	.784	.864
		N	100	100	100
	Kesadaran Halal (X1)	Koefisien Korelasi	.028	1.000	.395**
		Sig. (2-tailed)	.784	.	.000
		N	100	100	100
	Sertifikat Halal (X2)	Koefisien Korelasi	-.017	.395**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.864	.000	.
		N	100	100	100

** . Korelasi Signifikan Pada 0.01 level (2-tailed).

Semua prediktor dengan nilai residual lebih besar dari 0,05 seperti terlihat pada tabel 13 di atas menunjukkan bahwa model regresi yang diperoleh tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Tingkat signifikansi kesadaran halal dan sertifikat halal masing-masing adalah 0,784 > 0,05 dan 0,864 > 0,05. demikian variabel tidak menunjukkan bukti heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengaruh variabel kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap variabel minat beli diuji dengan menggunakan regresi linier berganda. Selain itu, berfungsi untuk menguji validitas hipotesis penelitian.

Tabel 15. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar
	B	Standar Kesalahan	
(Konstanta)	1.759	1.999	
1 Kesadaran Halal (X1)	.458	.081	.596
Sertifikat Halal (X2)	.269	.100	.284

Penyelesaian diperoleh dari analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel di atas: $Y = 1,759 + 0,458 + 0,269$

Nilai *constant* $\beta = 1,759$ artinya apabila tidak ada variabel X1 dan X2 yang mempengaruhi variabel Y, maka variabel dependen akan tetap sebesar 1,759.

Nilai *constant* variabel kesadaran halal = 0,458, hal ini menunjukkan bahwa artinya jika variabel kesadaran halal mengalami kenaikan 1% dan independen lain nilainya tetap, maka variabel minat beli nilainya naik sebesar 0,458.

Nilai *constant* variabel sertifikat halal = 0,269, hal ini menunjukkan bahwa artinya jika variabel sertifikat halal mengalami kenaikan 1% dan independen lain nilainya tetap, maka variabel minat beli nilainya naik sebesar 0,269.

Berdasarkan interpretasi diatas, dapat diketahui bahwa variabel X1 dan X2 memberikan pengaruh terhadap variabel Y dengan kata lain, apabila variabel X1 dan X2 meningkat maka akan diikuti variabel Y yaitu minat beli.

6. Uji T

Signifikansi pengaruh variabel Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal terhadap variabel dependen Minat Beli dinilai dengan menggunakan uji T. Mengenai uji pengambilan keputusan data parsial analisis regresi, dimana t-hitung lebih kecil dari t-tabel dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen sama sekali tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, hal ini

menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen sebagian.

Adapun nilai t tabel dengan sig. 0,05 berikut digunakan dalam penelitian ini:

$$T \text{ table} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$\alpha = 5\% = t (0,05/2 ; 100-2-1)$$

$$= t (0,25 ; 97)$$

$$= 1,984$$

Tabel 16. Uji T

Coefficients ^a					
Model	Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar	T	Sig.
	B	Standar Kesalahan	Beta		
1 (Konstanta)	1.759	1.999		.880	.381
1 Kesadaran Halal (X1)	.458	.081	.596	5.657	.000
1 Sertifikat Halal (X2)	.269	.100	.284	2.700	.008

a. Variabel Terikat: Minat Beli_Y

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kesadaran halal memiliki nilai t sebesar 5,657 > 1,984 taraf sig. 0,000 < 0,05 seperti terlihat dalam tabel 15 di atas. Dapat disimpulkan bahwa minat beli dipengaruhi oleh variabel kesadaran halal.

Hasil uji t variabel sertifikat halal menunjukkan t hitung sebesar 2,700 > 1,984, dengan tingkat signifikansi 0,008 lebih kecil daripada 0,05. Hipotesis diterima karena hal ini menunjukkan bahwa variabel sertifikat halal berpengaruh terhadap minat beli.

7. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap minat beli. Jika f hitung lebih kecil dari f tabel dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka uji f menunjukkan bahwa variabel independen saja tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika f hitung lebih besar dari f tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun nilai f tabel diperoleh pada perhitungan sebagai berikut:

$$F \text{ tabel} = F (2 ; 100 - 2)$$

$$= F (2 ; 98)$$

$$= 3,09$$

Tabel 17. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regresi	1026.927	2	513.463	130.909	.000 ^b

Residu	380.463	97	3.922		
Total	1407.390	99			
a. Dependent Variable: Minat Beli_Y					
b. Prediktor: (Konstanta), X2, X1					

Hasil menunjukkan H0 dapat ditolak karena nilai f hitung (130,909 > 3,09) dan (0,000 < 0,05) adalah taraf signifikansinya. Dari analisis disimpulkan bahwa perilaku konsumen termasuk kesadaran dan sertifikasi halal berdampak pada variabel minat beli.

8. Uji R-Square

Proporsi varians variabel *dependent* yang dijelaskan oleh variabel *independent* diukur dengan menggunakan uji R-Square atau R2. Skala R-Square adalah 0 sampai 1. Tabel berikut menampilkan hasil uji R2:

Tabel 18. Uji R-Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standar perkiraan kesalahan
1	.854 ^a	.730	.724	1.98048
a. Prediktor: (Konstanta), X2, X1				
b. Variabel Terikat: Minat Beli_Y				

Tabel 17 tersebut menunjukkan hasil R-Square sebesar 0,730. Adapun hasil nilai R-Square adalah pengkuadratan dari nilai R sebesar 0,854. Hasil R2 menunjukkan bahwa terdapat 73% berpengaruh terhadap minat beli. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel yang tidak diteliti sebesar 27%.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian kesadaran kehalalan makanan Bakso Sapi Tyga Pontianak dipengaruhi oleh variabel minat beli. Uji t menghasilkan 5,657 > 1,984 dan taraf sig. yaitu 0,000 < 0,05. Adapun perolehan t hitung untuk variabel sertifikat halal adalah 2.700 > 1.984, dengan tingkat signifikan 0,008 lebih kecil daripada 0,05. Berdasarkan data *output*. dengan demikian hipotesis dapat diterima atau kesimpulan bahwa sertifikat halal berpengaruh terhadap minat beli, maka hipotesis dapat diterima. H0 ditolak berdasarkan hasil *output* f hitung 130,909 > 3,09 dan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli dipengaruhi oleh sertifikat halal dan kesadaran halal. Adapun diinterpretasikan bahwa minat beli dipengaruhi oleh perilaku konsumen yang meliputi kesadaran halal dan sertifikasi halal. Kedua variabel independen tersebut masing-masing memiliki pengaruh sebesar 73% dan 27% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

REFERENSI

- [1] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Edisi 13 Jilid 11, Jakarta: Penerbit Erlangga. 2012.
- [2] Sangadji, E.M., dan Sopiah. *Consumer Behavior. A Practical Approach Accompanied: Association of Research Journals*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2013.
- [3] Al-Qardhawi Yusuf. *Halal and Haram in Islam*, terj. Muammal Hamidy, Surabaya: BinaIlmu. 1993.
- [4] Zakaria, Z., Majid, M. D. A., Ahmad, Z., Jusoh, Z., & Zakaria, N. Z. *Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Niat Beli Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Dasar dan Terapan*, 9, 772-787. 2017.
- [5] Abdul, J., Shaari, N., & Shahira, N. *Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study Shaari & Arifin*. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 444-456. 2010.
- [6] Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. *The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention*. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819-1830. 2012.
- [7] Assael, Henry. *Consumer Behavior*. Edisi keenam. New York: Thomson Learning. 2001.
- [8] Ferdinand, Augusty. *Development of Intention to Buy Extension Brands*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2002.
- [9] Ghozali, Imam. *"Multivariate Analysis Application with IBM SPSS 20 Program"*. Semarang: UNDIP. 2012.
- [10] Nazaruddin dan Basuki. *"Analisis Statistik dengan SPSS"*. Edisi I, Cetakan Ke-II. Penerbit: Danisa Media. Yogyakarta. 2016.

Biografi Penulis

Ramlan, lahir pada 3 Februari 1999 di Sekadau. Penulis adalah anak kedua dari tiga bersaudara. Memulai pendidikan di SD Negeri 06 Peniti dan lulus tahun 2012, lulus SMP Negeri 03 Sekadau pada tahun 2015, dan melanjutkan pendidikan di SMK Amaliyah Sekadau tamat tahun 2018. Pada tahun 2018, penulis kuliah di Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura Jurusan Teknik Industri. Pada tahun 2023, penulis menerima tanda lulus (ST) untuk studinya.

Riadi Budiman, lahir di Pemangkat pada tanggal 31 Januari 1972. Pada tahun 1996, beliau lulus dari Jurusan Teknik Industri di UII menyandang gelar Sarjana Teknik (S.T.). Tahun 2009, beliau menyelesaikan program Magister di UI dan lulus dengan gelar Magister Teknik (M.T.) dari Jurusan Teknik Industri. Setelah itu, pada tahun 2020 beliau melanjutkan pendidikan dan lulus dengan gelar

Magister Pendidikan (M.Pd) dari IAIN Pontianak dan Jurusan Pendidikan Agama Islam. Sejak tahun 1998 bekerja sebagai dosen di Universitas Tanjungpura.

Dedi Wijayanto, lahir di Pontianak pada tanggal 8 Agustus 1979. Tahun 1998, beliau mengambil jurusan Teknik Kimia dan lulus dari Universitas Islam Indonesia menyandang Sarjana Teknik (S.T). Pada tahun 2005 beliau menyelesaikan (S-2) di UGM dengan jurusan Teknologi Informasi dan menyandang gelar (M.T). Setelah itu, pada tahun 2009, beliau lulus dari Institut Teknologi Bandung dengan gelar (M.T.) dan jurusan Teknik Manajemen Industri. Sejak 2008 mengajar jurusan teknik industri di Universitas Tanjungpura.