



Peranan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Membeli Produk DARZ Food (Studi Kasus Siswa SMAN 2, SMAN 3, Dan SMK PGRI 4 Pasuruan Jawa Timur)

Andjani Sulistyaningrum Kinasih¹, Dewi Rachmawati Kurniawan², Nanda Eka Amilia³,
dan Firza Agung Prakoso⁴

¹Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Wiranegara, ²Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Wiranegara, ³Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Wiranegara, ⁴Ekonomi Syariah, Universitas PGRI Wiranegara

email: andjanisk24@gmail.com, watidewi858@gmail.com, eka60183@gmail.com,
firza.agungprakoso@gmail.com

Abstract

The revolution in the food industry means that halal is an important value in selecting food products. It is also a description of the types of food that meet the highest level of quality and safety standards. Halal certification is needed to improve quality and also plays an important role in providing comfort and safety to Muslim consumers. The aim of the research is to determine the role of halal certification in the decision to purchase DARZ Food products among students at SMAN 2, SMAN 3, and SMK PGRI 4 Pasuruan. The data collection method for this research is a halal certification questionnaire which contains dimensions of sharia, ideology, knowledge, experience and practice. This research was conducted by distributing questionnaires to 60 respondents. The data sources in this research are primary and secondary data. The data analysis methods used in this research are data normality test, data linearity test, heteroscedasticity test, simple regression test and t test using IBM SPSS 25. The results of this research show that Halal Certification (X) influences Purchase Decisions (Y). The results in testing can be seen from the results of a simple linear regression test. The significance result of t is $0.000 < 0.05$ so that H_0 is rejected and H_a is accepted. This shows that the Halal Certification variable (X) has a significant effect on Purchasing Decisions (Y). And it can also be seen from the t count of 10.971, which means the t count is greater than the t table of 2,002.
Keywords: Halal certification, purchasing decisions, and students.

Abstrak

Revolusi dalam industri makanan menyatakan bahwa halal menjadi nilai penting terhadap pemilihan produk pangan. Hal ini juga merupakan gambaran jenis makanan yang memenuhi tingkat kualitas tertinggi serta standar keamanannya. Sertifikasi halal dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas dan juga berperan penting dalam memberikan kenyamanan dan keamanan terhadap konsumen Muslim. Tujuan penelitian untuk mengetahui peran sertifikasi halal terhadap keputusan membeli produk DARZ Food pada siswa SMAN 2, SMAN 3, dan SMK PGRI 4 Pasuruan. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner sertifikasi halal yang memuat dimensi syariah, ideologi, ilmu, pengalaman, dan pengamalan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 responden. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas data, uji linearitas data, uji heteroskedastisitas, uji regresi sederhana dan uji t dengan menggunakan IBM SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal (X) berpengaruh terhadap Keputusan Membeli (Y). Hasil dalam pengujian dapat dilihat dari hasil uji regresi linier sederhana. Hasil signifikansi t sebesar 0,000 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Membeli (Y). Dan juga dapat dilihat dari t hitung sebesar 10,971 yang berarti t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 2,002.
Kata kunci: Sertifikasi halal, keputusan pembelian, dan peserta didik.

PENDAHULUAN

Perilaku konsumen diwujudkan dalam pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mempergunakan barang dan jasa (Jusmaliani & Hanny Nasution, 2008). Perilaku konsumen Indonesia memiliki sepuluh karakter unik antara lain berpikir jangka pendek, tidak terencana, suka berkumpul, gagap teknologi, orientasi pada konteks, gengsi, kuat di *sub culture*, kurang peduli lingkungan dan religius (Jusmaliani dan Hanny Nasution, 2009).

Eric Taylor dan Ann McMillan (2013) menyatakan bahwa ada permintaan yang kuat untuk produk halal di sejumlah negara non Muslim. Produk halal juga semakin populer di kalangan konsumen non Muslim, karena umat Muslim memperlakukan hewan dengan baik sebelum dan ketika disembelih. Serta persepsi bahwa produk halal lebih sehat dan lebih aman. Poin penting lainnya yaitu produk halal sebagai objek bisnis tidak hanya berhubungan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin, tetapi juga menghubungkan dengan nilai-nilai etika, moral, sosial, dan religius lainnya. Standarisasi dan jaminan halal merupakan hal yang penting untuk memastikan kehalalan produk makanan dan minuman. Standarisasi halal menetapkan persyaratan halal yang harus dipenuhi oleh produk makanan dan minuman, sedangkan jaminan halal merupakan proses untuk memastikan bahwa produk makanan dan minuman tersebut memenuhi persyaratan halal (Zulfikri, R.R & Zinullah, M.I, 2024).

Sertifikasi Halal MUI adalah keputusan tertulis yang menunjukkan bahwa suatu produk sesuai dengan ajaran dan syariat Islam. Syarat untuk sertifikasi ini adalah bahwa lembaga pemerintah yang memiliki wewenang dapat memberikan izin untuk label halal pada kemasan produk (Karisma, H.L & Amalia, F.S, 2024). Label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau tanda pengenal yang dicantumkan oleh produsen di kemasan produknya (Stanton dalam Rambe & Afifuddin, 2012). Labelisasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses penulisan atau pencantuman label halal atas makanan dalam kemasan. Pelabelan tersebut dilakukan oleh lembaga yang berwenang mengeluarkan sertifikasi halal, yaitu Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau LPPOM MUI. Lembaga tersebut bertugas untuk meneliti, mengkaji dan menganalisa serta memutuskan apakah produk-produk pangan dan turunannya, seperti obat-obatan dan kosmetika aman dikonsumsi baik dari segi kesehatan dan dari sisi agama Islam.

Salah satu produk makanan yang sudah bersertifikatkan halal adalah DARZ Food. DARZ Food merupakan penyediaan produk-produk siap konsumsi yang halal dan berkualitas, salah satunya yaitu nugget sayur. Sebelum dikenal namanya menjadi DARZ Food, tentu saja melewati begitu banyak proses. Mulai dari pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), mengikuti beberapa pelatihan dan penyuluhan, sampai pada tahap pembuatan sertifikasi halal. Salah satu prestasi yang telah diperoleh oleh DARZ Food adalah lolos dalam Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) yang diadakan oleh KEMENDIKBUDRISTEK Tahun 2024.

Sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terkait penggunaan produk halal, telah banyak penelitian-penelitian terdahulu yang membahas minat atau intensi masyarakat dalam membeli produk berlabel halal. Hasil penelitian Kasnelly, S & Jalil, Abd (2019) nilai penting pada sertifikasi halal tersebut adanya kepercayaan konsumen untuk berperan penting dalam pemilihan produk pangan terhadap suatu brand produk pangan yang tentunya sudah berlabel yang bersertifikatkan halal. Terdapat pula hasil serupa yang berhubungan dengan tingkat pendidikan pada penelitian Waskito, Danang (2015) disimpulkan bahwa sertifikasi halal, kesadaran halal dan bahan makanan dapat menjadi penyebab tingginya minat beli para konsumen khususnya mahasiswa. Pada penelitian kali ini penulis memilih subyek penelitian peserta didik SMA dan SMK karena sudah dapat menentukan pilihannya sendiri dan cenderung bersikap mandiri sebab pada proses ini mereka mulai mencari jati dirinya sendiri. Hal ini selaras penelitian sebelumnya tentang pengaruh pemilihan sayur pada orang dewasa menemukan faktor kunci termasuk pendidikan, peran, kesehatan tradisi budaya, sumber daya, lokasi dan sistem pangan.

Latar belakang penelitian ini berdasarkan data-data di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang peran serifikasi halal terhadap pemilihan pangan pada peserta didik SMA dan SMK, hal ini dikarenakan sudah cukup banyak penelitian tentang sertifikasi halal terhadap masyarakat saja, namun masih jarang penelitian yang memiliki tolak ukur pada peserta didik SMA dan SMK, sehingga peneliti mengetahui peran sertifikasi halal terhadap pemilihan pangan pada peserta didik SMA dan SMK di Kota Pasuruan khususnya pada SMAN 2, SMAN 3, dan SMK PGRI 4 Pasuruan Jawa Timur. Masyarakat Kota Pasuruan masih mengingat halal dan haram saat akan melakukan kegiatan konsumsi dengan masih minimnya produk berlabel halal. Berbagai pilihan produk makanan yang ada, namun belum semuanya bersertifikat halal. Untuk menjawab hal tersebut maka dibutuhkan penelitian mengenai perilaku konsumen di Kota Pasuruan terhadap produk, khususnya terhadap produk DARZ Food.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi umumnya diartikan sebagai perilaku menghabiskan barang dan jasa yang dilakukan oleh seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Menurut teori konvensional, diasumsikan bahwa pelanggan secara konsisten menginginkan tingkat kepuasan tertinggi. Namun demikian, pada kenyataannya, individu dapat menggunakan cara-cara drastis untuk memuaskan keinginan finansial mereka. Pada ekonomi Islam, kepuasan tuntutan material harus didasarkan pada prinsip-prinsip spiritual dan pengelolaan sumber daya yang adil. Dasar-dasar ekonomi Islam memprioritaskan nilai-nilai spiritual dan mencegah perilaku konsumtif dan materialistis yang berlebihan (Widiati F, 2017). Beragam aktivitas dan keputusan yang dilakukan individu ketika mereka memperoleh, menggunakan, dan menilai produk atau jasa disebut sebagai perilaku konsumen. Dalam konteks ini, perilaku konsumen tidak hanya mencakup tindakan pembelian, tetapi juga faktor psikologis, sosial, dan budaya yang memengaruhi proses pengambilan keputusan mereka (Bahari A.M & Faisal A, 2018). Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh aspek kultural, sosial, personal, dan karakteristik psikologis. Faktor kultural dianggap yang paling besar pengaruhnya terhadap keinginan dan perilaku seseorang (Budiman, F. 2020). Dalam hal ini, aspek kultur dianggap sebagai hal yang paling berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, karena dalam aspek agama ada hal yang harus dilakukan dan tidak dilakukan, ada hal yang bisa dikonsumsi dan ada hal yang dilarang untuk dikonsumsi, karena dalam hukum agama itu termasuk sebagai barang halal dan haram.

Dalam aspek kultur, agama dinilai lebih menjaga hal-hal yang bisa dikonsumsi dan dilarang untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Hal ini dilakukan agar seseorang yang menganut agama tertentu tau apa yang boleh dikonsumsi dan tidak boleh dikonsumsi dalam agama. Agama melarang hal tersebut dikarenakan ada alasan tertentu yang harus dipatuhi oleh orang yang menganut agama tersebut, sehingga seseorang tidak terjerumus ke hal-hal yang negatif. Oleh karena itu, sebagai penganut agama Islam, maka keputusan untuk memilih dan membeli barang akan tidak hanya memperhatikan dari segi kebutuhan dan biaya yang harus dikeluarkan tetapi yang paling penting adalah sejauhmana barang yang dikonsumsi akan memberikan masalah (manfaat dan berkah) secara maksimum. Karena pada dasarnya konsumen muslim memiliki panduan di dalam kitab suci Al Quran perihal bahan pangan yang halal dan haram (Maharani, K. P, 2020).

Halal dan Haram Dalam Islam

Islam mengatur dalam Alquran dan Hadist mengenai halal dan haram. Sehingga, halal menjadi poin yang sangat penting dalam Islam. Tidak hanya menjadi hubungan antar sesama manusia namun juga menyangkut hubungan dengan Tuhan. Mengonsumsi yang halal dan menghindari yang haram merupakan bagian dari ibadah seorang muslim dan menunjukkan ketaatan terhadap agama yang dianut. Ketenangan batin dan keamanan saat menggunakan produk makanan, kosmetik, dan obat-obatan sangat diinginkan oleh setiap muslim. Konsumen seharusnya mendapatkan kepastian hukum terhadap produk yang digunakan. Produk yang terbebas dari yang haram dan diproses secara halal. Istilah halal dan haram sering terdengar dikalangan masyarakat, khususnya daerah yang kental akan religi (Faridah H.D, 2019).

Istilah haram itu sendiri berasal dari Bahasa arab, *harama*, yang berarti larangan, sehingga kata haram diartikan sebagai hal yang tidak boleh dilakukan atau dikonsumsi karena akan mendapatkan dosa, hukuman dan celaan. Haram juga terbagi menjadi beberapa kelompok, yaitu (1) Dzati dan 'Aradhi, secara langsung bisa di deduksi dari dalil syar'i, seperti keharaman minum minuman keras. Adapun Haram 'Aradhi yaitu berkaitan dengan perbuatan yang secara dzat tidak haram, tetapi ia akan haram karena nazar atau sumpah. (2) Syar'i dan 'Aqli, haram yang ditetapkan melalui dalil syar'i, seperti berbohong. Sementara Haram 'Aqli yaitu yang ditetapkan melalui hukum akal, seperti makan makanan yang membahayakan. (3) Nafsi dan Ghairi, amalan yang diharamkan karena memang pada dasarnya amalan tersebut amalan haram, seperti membahayakan orang lain yang pada dasarnya ia merupakan perbuatan haram. Di sisi lain, haram Ghairi yaitu amalan yang keharamannya disebabkan karena menjadi pembuka (muqaddimah) bagi amalan haram lainnya, seperti menanam pohon anggur yang di niatkan untuk menyiapkan minuman keras.

Sertifikasi Halal

Sertifikat halal adalah dokumen resmi yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk menyatakan jika suatu produk telah memenuhi syariat Islam, baik dari bahan baku maupun proses produksinya. Dengan adanya sertifikat ini, suatu produk dapat dinyatakan aman untuk dikonsumsi dan terbebas dari bahan haram. Standar yang mengacu pada fatwa MUI ini tidak hanya ada di Indonesia, namun juga di berbagai negara baik untuk konsumen dalam negeri maupun ekspor, dan tidak hanya berlaku di negara mayoritas Islam aja. Oleh karena itu, dengan sertifikat halal produsen pun dapat memastikan bahwa produk mereka dapat diterima oleh konsumen Muslim dan memenuhi

persyaratan pasar halal yang semakin berkembang. Saat ini, LPPOM merupakan satu-satunya Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) sebelum ada Lembaga Pemeriksa Halal lain sebagaimana diputuskan oleh BPJPH berdasarkan Surat Keputusan Nomor 177 Tahun 2019 tentang Penetapan Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Sebagai Lembaga Pemeriksa Halal (LPH).

Perihal label halal, menurut UU Nomor 33 Tahun 2014 dan kemudian Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 dilanjutkan dengan diterbitkannya Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 tahun 2022 tentang logo halal baru, maka dalam proses sertifikasi halal terdapat tiga institusi yang terlibat yaitu Majelis ulama Indonesia (MUI), Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) (Fariana, A & Fikri, A.L.R, 2022). Sertifikasi halal berupa perolehan logo halal bagi suatu produk telah diperoleh maka itu berarti telah melalui tahapan yang sangat teliti. Sebelum Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan dari UU No. 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal (JPH) terbit, pelaksanaan sertifikasi halal masih dilakukan oleh MUI. Namun, setelah Peraturan Pemerintah tentang JPH terbit, kewenangan penerbitan sertifikasi halal berada sepenuhnya di Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama selaku leading sektor jaminan produk halal. Produk yang memiliki sertifikasi halal adalah produk yang telah teruji dalam kehalalan dan bisa dikonsumsi umat Muslim. Sejak diberlakukannya UU No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang berisi ketentuan wajib sertifikasi halal, termasuk untuk barang guna, sejumlah produsen telah mengatongi sertifikasi halal MUI. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan sertifikasi halal tidak hanya meningkat, namun juga bervariasi. Termasuk sertifikasi halal untuk produk barang guna, yang setiap tahun terus bertambah.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dimana dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan atau juga *scoring* (Sugiyono, 2015). Sumber data merupakan subyek darimana asal data penelitian

itu diperoleh. Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer, merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini berupa jawaban kuesioner. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melainkan melalui media perantara. Data sekunder juga dikumpulkan berdasarkan sumber-sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini, berupa penelitian terdahulu, jurnal, artikel, dan lain-lain (Sugiyono, 2016).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan penelitian kepustakaan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya untuk selanjutnya dilakukan uji validitas dan reabilitas. Sedangkan, penelitian kepustakaan (*library research*) penelitian ini dilakukan dengan mengadakan kegiatan pengumpulan bahan-bahan melalui buku-buku bacaan, literatur lainnya yang berhubungan dengan topik penulisan ini. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta didik kelas X, XI, dan XII yang berada di sekolah SMAN 3 Pasuruan, SMAN 2 Pasuruan, dan SMK PGRI 4 Pasuruan. Pengambilan sampel secara purposive random sampling sehingga mendapatkan 60 responden. Karena penelitian ini akan melihat pandangan anak SMA dan SMK terhadap Sertifikasi Halal Bagi Peserta Didik SMA dan SMK (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk DARZ Food), sehingga teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis statistik merupakan suatu pernyataan sementara terkait keadaan populasi dalam suatu penelitian kuantitatif yang sifatnya ini masih lemah karena masih butuh dibuktikan. Hipotesis juga bisa dibilang sebagai dugaan sementara di dalam suatu penelitian. Ketika hipotesis terbukti kebenarannya, maka hipotesis akan digunakan, sedangkan jika tidak terbukti, maka hipotesis ditolak. Dalam regresi linier sederhana, pada penelitiannya menggunakan hipotesis kausal. Hipotesis kausal ini diartikan sebagai dugaan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang mempertanyakan pengaruh dari faktor predictor terhadap variabel respon.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ho : Peranan sertifikasi halal tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan membeli produk Darz Food.

Ha : Peranan sertifikasi halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan membeli produk Darz Food.

Analisis Data

Uji asumsi klasik dilakukan dalam penelitian ini, sebagai langkah awal sebelum menganalisis data menggunakan regresi untuk memperoleh model analisis yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi. Analisis regresi linier sederhana dilakukan setelah sebelumnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Setelah hasil analisis regresi sederhana didapatkan, langkah selanjutnya adalah menguji hasil analisis tersebut dengan uji statistic. Uji statistik ini dimaksudkan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya hubungan antar variabel melalui koefisien regresinya. Uji statistik yang digunakan pada regresi linier sederhana dalam penelitian ini menggunakan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2016) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Kuesioner diberikan kepada 60 responden peserta didik SMA dan SMK di Kota Pasuruan. Kuesioner disebar melalui *google form* yang dibagikan berupa link, sehingga memudahkan responden untuk mengisi. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment* hitung (nilai r hitung), yaitu dengan cara membandingkan nilai korelasi masing-masing nomor pernyataan dengan nilai korelasi tabel (r tabel), jika $r_{product\ moment} > r_{tabel}$, dan nilai korelasinya harus diatas atau sama dengan 0,2542.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Sertifikasi Halal (X1)	Pernyataan 1	0,802**	0,2542	Valid
	Pernyataan 2	0,857**		Valid
	Pernyataan 3	0,887**		Valid
	Pernyataan 4	0,900**		Valid
	Pernyataan 5	0,807**		Valid

Berdasarkan tabel di atas, diketahui semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid, semua item pertanyaan dalam variabel memiliki r hitung lebih dari r tabel yaitu 0,2542 dengan tingkat signifikansi 5%.

Menurut (Anam, 2017), pernyataan yang valid menandakan bahwa pernyataan yang dibuat sesuai atau benar-benar mengukur variabel yang dimaksud diantaranya sudah memenuhi kesesuaian kemampuan yang diujikan dengan soal yang dibuat, konsep, gambaran, perkiraan tingkat kemudahan, penggunaan kalimat, dan kemampuan responden yang akan diuji.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016). Uji reliabilitas ini dilakukan setelah uji validitas selesai. Pada uji reabilitas ini hanya kuesioner valid yang diuji, sedangkan soal yang tidak valid, dihilangkan. Pada penelitian Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi dari alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Uji reabilitas menggunakan formula *Cronbach Alpha*, dimana akan menghasilkan nilai Alpha dalam skala 1-5 yang dapat dikelompokkan dalam lima kelas.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Sertifikasi Halal (X1)	0,904	Reliabel

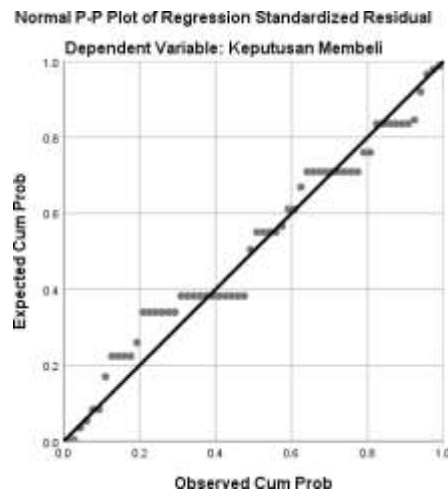
Hasil pengujian reliabilitas konstruk variabel yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini reliabel, sehingga semua butir pertanyaan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Menurut (Anam, 2017), pernyataan yang reliabel menandakan bahwa tingkat konsistensi pada suatu pernyataan yang dapat dipercaya untuk mendapatkan hasil yang konsisten dan tidak berubah-ubah.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan untuk melihat apakah nilai residu terdistribusi normal ataupun tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residu yang terdistribusi normal. Untuk melakukan uji normalitas dengan menggunakan SPSS 25 dengan kriteria data akan dianggap normal jika skor signifikansi (Sig.) > taraf signifikansi (α) yaitu sebesar 0,05.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar grafik P-Plot tersebut dapat diketahui bahwa penyebaran data pada garis diagonal telah memenuhi syarat asumsi normalitas dikarenakan titik-titik data berada di sekitar garis diagonal dan tidak menyebar jauh dari garis diagonal juga mengikuti arah garis diagonal tersebut. Dengan demikian model regresi berdistribusi normal atau memenuhi syarat asumsi normalitas.

2. Uji Linieritas

Tabel 3
Hasil Uji Linieritas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Membeli * Sertifikasi Halal	Between Groups	(Combined)	274.500	10	27.450	14.294	.000
		Linearity	248.735	1	248.735	129.522	.000
		Deviation from Linearity	25.765	9	2.863	1.491	.178
	Within Groups		94.100	49	1.920		
	Total		368.600	59			

Secara umum, uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik sebenarnya terdapat hubungan yang linier antara variabel predictor (X) dengan variabel response (Y). Dari hasil uji linearitas apabila nilai deviation from linearity lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linear. Dan setelah dilakukan uji linearitas

dapat diketahui nilai *deviation from linearity* sebesar 0,178 yang artinya terdapat hubungan yang linear karena lebih besar dari 0,05 antara sertifikasi halal (Variabel X) dan keputusan membeli (Variabel Y).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas. Adapun uji heteroskedastisitas yang digunakan yaitu menggunakan uji glejser.

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.126	.409		5.195	.000
	Sertifikasi	-.091	.034	-.331	-2.672	.010
	Halal					

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan uji glejser di atas diperoleh nilai signifikansi 0,10 sehingga nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($>0,05$). Maka, disimpulkan bahwa data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dengan kata lain bersifat homoskedastisitas.

Uji Regresi Linier Sederhana

Uji T-hitung

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian secara parsial. Adapun persamaan regresi linier sederhana yang terbentuk adalah: $Y = 1,256 + 0,612X$.

Tabel 5
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.256	.668		1.880	.065
	Sertifikasi Halal	.612	.056	.821	10.971	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Dari tabel diatas menunjukkan nilai t_{hitung} sertifikasi halal $10,971 > t_{tabel}$ 2,002 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Besarnya pengaruh sertifikasi halal secara parsial terhadap keputusan membeli adalah 0,821 atau 82,1%. Artinya sertifikasi halal mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 82,1%.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa variabel X (Sertifikasi Halal) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Keputusan Membeli) produk Darz Food. Hal ini dibuktikan dengan signifikansi sertifikasi halal sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t hitung sebesar 10,971 yang berarti t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 2,002. Maka, hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan sertifikasi halal pada produk Darz Food memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam memengaruhi keputusan membeli konsumen. Berdasarkan hasil kuesioner, responden melaporkan merasa aman dan puas setelah membeli makanan berlabel halal. Persepsi merupakan proses dimana konsumen memilih, mengatur, dan memikirkan tentang barang yang akan digunakannya. Sikap tentang penunjukan halal mengikuti perspektif ini. Pada akhirnya, keputusan pembelian masyarakat dipengaruhi oleh sikap dan keyakinan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, RS. (2017). Instrumen Penelitian Yang Valid Dan Reliabel. JESA, 1(1).
- Bahari, Andi Faisal, and M. A. (2018). Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), 69–78.
- Budiman, F. (2020). Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 379-388.
- Fariana, A & Fikri, A.L.R. (2022). Antara Label Halal Dengan Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *TAFATTAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Ahwal Syahsiyah*, 7(1), 1-15.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68-78.
- Jusmaliani & Hanny Nasution. (2008). *Religiosity Aspect in Consumer Behaviour: Determinants of Halal Meat Consumption Centre for Economic and Development*

- Studies, Indonesian Institute of Sciences Department of Marketing, Monash University Jurnal NCMR* DOI: <https://doi.org/10.21002/amj.v1i1.1977>. Diakses pada tanggal 7 Desember 2024.
- Jusmaliani & Hanny Nasution. (2009). *Religiosity Aspect in Consumer Behaviour: Determinants of Halal Meat Consumption*, *Asean Marketing Journal*. June 2009, Vol I-No.1. DOI: <https://doi.org/10.21002/amj.v1i1.1977>. Diakses pada tanggal 7 Desember 2024.
- Karisma, H.L & Amalia, F.S. (2024). Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Bersertifikat Halal Masyarakat Jawa Timur. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(5), 1-12.
- Kasnelly, S & Jalil, Abd. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal Di Kuala Tungkal. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 21-43.
- Maharani, K. P. (2020). Uji Validitas “Peran Sertifikasi Halal Terhadap Pemilihan Pangan Pada Mahasiswa Muslim Di Surakarta”. *Indonesia Journal of Halal*, 3(1), 74-82.
- Rambe, Y. M., & Afifuddin, S. (2012). Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.15548/jebi.v3i2.175>. Diakses pada tanggal 7 Desember 2024.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Taylor, Eric dan Ann McMillan. (2013). *Air Quality Management: Canadian Perspectives on a Global Issue*. Springer Dordrecht Heidelberg New York London. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-94-007-7557-2>. Diakses pada tanggal 7 Desember 2024.
- Waskito, Danang. (2015). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta)*. S1 thesis, Fakultas Ekonomi.
- Widiati, F. (2017). *Perilaku Konsumsi Berdasarkan Trend Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional (Penelitian Terhadap Mahasiswi Fakultas Syari'ah)*. IAIN Ponegoro.

Zulfikri, R.R & Zainullah, M.I. (2024). Standarisasi Dan Jaminan Halal Terkait Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *I'Thisom: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 57-80.