UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

# BAB V

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## 5.1 Karakteristik Responden

Pembahasan identitas responden bertujuan untuk memahami karakteristik responden, memperoleh gambaran tentang keadaan dan ciri dari responden. Dari hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh gambaran identitas responden yang menjadi sampel penelitian yang meliputi, umur, jenis kelamin, asal universitas, fakultas/jurusan, dan pendapatan. Berikut adalah hasil penjabaran dan sampel penelitian :

### 5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut adalah hasil pengolahan karakteristik responden berdasarkan klasifikasi usia adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Usia**

| Usia Responden | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| 18-20 Tahun | 57 | 57% |
| 21-22 Tahun | 29 | 29% |
| 23-24 Tahun | 14 | 14% |
| **Total** | 100 | 100% |

***Sumber: Data Olahan 2020***

Tabel 5.1 melihatkan responden yang menjadi sampel penelitian ini berdasarkan umur. Responden yang memiliki umur 18-20 tahun berjumlah 57 orang atau 57%. Responden yang memiliki umur 21-22 tahun berjumlah 29 orang atau 29%. Responden yang memiliki umur 23-24 tahun berjumlah 14 orang atau 14%. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan, responden dengan umur 18-20 tahun lebih dominan dalam penelitian ini dengan jumlah 57 orang.

### 5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Perempuan | 61 | 61% |
| Laki-Laki | 39 | 39% |
| **Total** | 100 | 100% |

***Sumber: Olah Data 2020***

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa responden yang lebih dominan dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah 61 orang atau 61%.

### 5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas

Berikut adalah hasil karakteristik responden berdasarkan asal universitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Asal Universitas**

| Asal Universitas | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| UIN | 50 | 50% |
| UNRI | 50 | 50% |
| **Total** | 100 | 100% |

***Sumber: Olah Data 2020***

Berdasarkan Tabel 5.3 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah responden dari UIN dan UNRI sama banyak dengan jumlah 50 orang di UIN atau 50% dan 50 orang di UNRI atau 50%.

### 5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas/Jurusan

Berikut adalah hasil karakteristik responden berdasarkan fakultas/jurusan adalah sebagai berikut :

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

**Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Fakultas/Jurusan**

| Fakultas/Jurusan | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Pertanian/KHT | 29 | 29% |
| FDK/BKI | 12 | 12% |
| FEB/IE | 22 | 22% |
| Fekonsos/MGT | 15 | 15% |
| Sainstek/SI | 1 | 1% |
| Tarbiyah/PGMI | 10 | 10% |
| Syariah/ES | 9 | 9% |
| Ushuluddin/TA | 2 | 2% |
| **Total** | 100 | 100% |

***Sumber: Olah Data 2020***

Berdasarkan Tabel 5.4 diatas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah fakultas/jurusan pertanian/KHT dengan jumlah 29 orang atau 29%.

### 5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berikut adalah hasil karakteristik responden berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Pendapatan**

| Pendapatan | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| 200.000-500.000 | 23 | 23% |
| 600.000-800.000 | 11 | 11% |
| 1500.000-1600.000 | 10 | 10% |
| **Total** | 63 | 63% |

***Sumber: Olah Data 2020***

Berdasarkan Tabel 5.5 diatas, dapat dilihat bahwa yang lebih dominan adalah pada pendapatan Rp.200.00-500.000 dengan jumlah 23 orang atau 23%. Data diatas menunujukkan bahwa 100 orang responden yang dijadikan objek dalam penelitian, tetapi hanya 92 orang responden yang menjawab, dan 8 orang responden yang tidak menjawab.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

### 5.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Restoran yang Dikunjungi

Berikut adalah hasil karakteristik responden berdasarkan restoran yang dikunjungi adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.6 Responden Berdasarkan Restoran yang Dikunjungi**

| Restoran FastFood | Jumlah | Presentase (%) |
|---|---|---|
| KFC | 42 | 42% |
| MC'DONALD | 5 | 5% |
| BURGER KING | 3 | 3% |
| A&W | 7 | 7% |
| PIZZA HUT | 11 | 11% |
| Lain-Lain (Ampera/Ayam Penyet) | 24 | 24% |
| **Total** | 92 | 92% |

***Sumber: Olah Data 2020***

Berdasarkan tabel diatas menunujukkan bahwa 100 orang responden yang dijadikan objek dalam penelitian, tetapi hanya 92 orang responden yang menjawab, dan 8 orang responden yang tidak menjawab. Dapat disimpulkan bahwa responden yang mengunjungi KFC sebanyak 42 orang atau 42%, yang mengunjungi MC'DONALD sebanyak 5 orang atau 5%, kemudian yang mengunjungi BURGER KING sebanyak 3 orang atau 3%, yang mengunjungi A&W sebanyak 7 orang atau 7%, kemudian yang mengunjungi PIZZA HUT sebanyak 11 orang atau 11%, dan yang mengunjungi lain-lainnya (ampera/ayam penyet) sebanyak 24 orang atau 24%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini yang paling sering mengunjungi KFC.

### 5.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Yang Mengetahui Negara Asal Restoran

Berikut adalah hasil karakteristik responden berdasarkan yang mengetahui negara asal restoran adalah sebagai berikut :

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 5.7 Responden Berdasarkan Yang Mengetahui Negara Asal Restoran**

| Pengetahuan | Jumlah | Presentase (%) |
|---|---|---|
| Mengetahui | 15 | 15% |
| Tidak Mengetahui | 84 | 84% |
| **Total** | 99 | 99% |

***Sumber: Olah Data 2020***

Berdasarkan tabel diatas menunujukkan bahwa 100 orang responden yang dijadikan objek dalam penelitian, tetapi yang menjawab hanya 99 orang responden, dan 1 orang responden yang tidak menjawab. Responden yang mengetahui negara asal restoran fastfood yang sering dikunjunginya sebanyak 15 orang atau 15% dan responden yang tidak mengetahui negara asal restoran fastfood yang biasa dikunjunginya sebanyak 84 orang atau 84%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini tidak mengetahui negara asal restoran fastfood yang mereka kunjungi.

### 5.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kehalalan Daging/Ayam

Berikut adalah hasil karakteristik responden berdasarkan kehalalan daging/ayam adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.8 Responden Berdasarkan Kehalalan Daging/Ayam**

| Pendapat | Jumlah | Presentase (%) |
|---|---|---|
| Tidak Terjamin Halal | 1 | 1% |
| Terjamin Halal | 70 | 70% |
| Ragu Halal | 28 | 28% |
| **Total** | 99 | 99% |

***Sumber: Olah Data 2020***

Berdasarkan tabel diatas menunujukkan bahwa 100 orang responden yang dijadikan objek dalam penelitian, tetapi hanya 99 orang responden yang menjawab, dan 1 orang responden yang tidak menjawab. Responden yang merasa kurang terjamin kehalalan daging/ayam yang digunakan sebanyak 28 orang atau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

28% sedangkan responden yang yakin akan kehalalan daging/ayam sebanyak 1 orang atau 1% dan responden yang ragu-ragu sebanyak 28 orang atau 28%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini yakin akan kehalalan daging/ayam yang digunakan.

### 5.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Yang Mengetahui Logo Halal MUI

Berikut adalah hasil karakteristik responden berdasarkan yang mengetahui logo halal MUI adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.9 Responden Berdasarkan Yang Mengetahui Logo Halal MUI**

| Pengetahuan | Jumlah | Presentase (%) |
|---|---|---|
| | 73 | 73% |
| | 4 | 4% |
| | 19 | 19% |
| **Total** | 96 | 96% |

***Sumber: Olah Data 2020***

Berdasarkan tabel diatas menunujukkan bahwa 100 orang responden yang dijadikan objek dalam penelitian, tetapi hanya 96 orang responden yang menjawab, dan 4 orang responden yang tidak menjawab. Responden yang menyebutkan logo 1 sebagai logo halal MUI sebanyak 73 orang atau 73%, sedangkan responden yang menyebutkan logo 2 sebagai logo halal MUI sebanyak 4 orang atau 4% dan responden yang menyebutkan logo 3 sebagai logo halal MUI sebanyak 19 orang atau 19%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian ini mengetahui yang mana logo halal MUI.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## 5.2 Deskriptif Variabel Penelitian

### 5.2.1 Sertifikasi Halal (X)

Makanan halal bersertifikat adalah persyaratan bagi Muslim sebagai bagian dari kewajiban agama. Agar makanan bersertifikat halal, produsen harus memperoleh simbol halal atau kualifikasi halal sebagai bukti bahwa produk tersebut sah menurut hukum agama menurut Al-Quran. Berikut ini tanggapan responden mengenai sertifikasi halal dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Sertifikasi Halal**

| NO | PERTANYAAN | SKOR | | | | | Rata-Rata |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | S | KS | TS | STS | |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Menurut saya logo halal penting dalam memilih makanan dari Restoran Fast Food | 62 | 34 | 3 | 1 | 0 | 457 |
| 2 | Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli makanan dari Restoran Fast Food | 240 | 184 | 15 | 2 | 0 | 441 |
| 3 | Saya merasa aman mengkonsumsi makanan dari Restoran Fast Food yang berlogo halal | 240 | 172 | 21 | 4 | 0 | 437 |
| 4 | Saya lebih memilih makanan dari Restoran Fast Food yang berlogo halal dari pada makanan yang tidak memiliki logo halal | 245 | 168 | 15 | 6 | 1 | 435 |
| 5 | Saya yakin makanan berlogo halal tidak mengandung najis | 185 | 184 | 45 | 4 | 0 | 418 |
| 6 | Saya yakin makanan dari Restoran Fast Food yang telah memiliki logo halaltelah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat | 120 | 256 | 30 | 4 | 0 | 410 |
| 7 | Saya yakin makanan dari Restoran Fast Food yang berlogo halal telah lolos tes uji halal oleh MUI | 215 | 168 | 39 | 4 | 0 | 426 |
| **Total Rata-Rata/Jumlah Pertanyaan** | | **3024/7** | | | | | **432** |

***Sumber: Olahan Data Excel 2020***

Terlihat pada Tabel 5.6 dari 100 responden, dapat mengambil analisis pertanyaan sertifikasi halal dari setiap jawaban responden. Data interval tersebut di analisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skorsing dari setiap jawaban responden. Dengan menganalisis dari rata-rata jawaban responden, berdasarkan data tersebut responden menjawab setuju dan sangat setuju.

### 5.2.2 Kesadaran Halal (X)

Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan konsep halal. Pengetahuan tersebut meliputi pemahaman apa yang sah dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai dengan standar halal Islam. Berikut ini tanggapan responden mengenai kesadaran halal dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Kesadaran Halal**

| NO | PERTANYAAN | SKOR | | | | | Rata-Rata |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | S | KS | TS | STS | |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Saya yakin bahwa produk daging/ayam yang ada di Restoran Fast Food telah disembelih dengan cara yang benar | 90 | 216 | 69 | 8 | 1 | 384 |
| 2 | Saya hanya akan membeli makanan pada Restoran Fast Food yang saya yakin proses penyembelihannya | 60 | 280 | 42 | 8 | 0 | 390 |
| 3 | Saya akan membeli makanan pada Restoran Fsat Food jika proses penyembelihannya mengikuti ajaran Islam | 150 | 244 | 18 | 6 | 0 | 418 |
| **Total Rata-Rata/Jumlah Pertanyaan** | | **1192/3** | | | | | **398** |

***Sumber: Olahan Data Excel 2020***

Terlihat pada Tabel 5.7 dari 100 responden, dapat mengambil analisis pertanyaan kesadaran halal dari setiap jawaban responden. Data interval

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut di analisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skorsing dari setiap jawaban responden. Dengan menganalisis dari rata-rata jawaban responden, berdasarkan data tersebut responden menjawab setuju dan sangat setuju.

### 5.2.3 Merek (X)

Nama merek memiliki isyarat kualitas ekstrinsik. Nama merek sebagai ringkasan konstruksi untuk kualitas karena memiliki kualitas inferensi berdasarkan pada nama merek. Merek tertentu mungkin tidak hanya diwakili oleh nama atau simbol. Ini mewakili persepsi dan sentimen konsumen terhadap produk dan layanan, yang berarti bagi sudut pandang konsumen. Nama merek dapat memengaruhi preferensi dan niat konsumen untuk membeli. Berikut ini tanggapan responden mengenai merek dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Merek**

| NO | PERTANYAAN | SKOR | | | | | Rata-Rata |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | S | KS | TS | STS | |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Saya sangat percaya pada merek makanan dari Restoran Fast Food yang sering saya konsumsi ini | 115 | 240 | 42 | 4 | 1 | 402 |
| 2 | Merek makanan dari Restoran Fast Food memberikan kesan positif dibenak saya | 80 | 264 | 42 | 8 | 0 | 392 |
| 3 | Saya hanya akan membeli makanan dari Restoran Fast Food merek ini | 105 | 188 | 75 | 12 | 1 | 381 |
| **Total Rata-Rata/Jumlah Pertanyaan** | | **1175/3** | | | | | **392** |

***Sumber: Olahan Data Excel 2020***

Terlihat pada Tabel 5.8 dari 100 responden, dapat mengambil analisis pertanyaan merek dari setiap jawaban responden. Data interval tersebut di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

analisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skorsing dari setiap jawaban responden. Dengan menganalisis dari rata-rata jawaban responden, berdasarkan data tersebut responden menjawab setuju, sangat setuju dan kurang setuju.

### 5.2.4 Minat Beli (Y)

Minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau mengambil tindakan apa pun sehubungan dengan pembelian dan diukur dengan kemungkinan bahwa konsumen melakukan pembelian. Diukur dengan pernyataan tidak membeli - ingin membeli, akan membeli - tidak akan membeli, akan melakukan pembelian berulang - tidak akan melakukan untuk membeli lagi. Berikut ini tanggapan responden mengenai minat beli dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Minat Beli**

| NO | PERTANYAAN | SKOR | | | | | Rata-Rata |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | S | KS | TS | STS | |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Saya kemungkinan akan membeli produk dari Restoran Fast Food ini ketika saya berbelanja | 150 | 136 | 57 | 20 | 7 | 370 |
| 2 | Jika saya menemukan Restoran Fast Food ini pada saat saya berbelanja saya akan makan disana | 45 | 228 | 57 | 14 | 8 | 352 |
| 3 | Saya akan melakukan usaha-usaha khusus untuk membeli makanan di Restoran Fast Food ini | 70 | 156 | 63 | 20 | 16 | 325 |
| **Total Rata-Rata/Jumlah Pertanyaan** | | **1047/3** | | | | | **349** |

***Sumber: Olahan Data Excel 2020***

Terlihat pada Tabel 5.9 dari 100 responden, dapat mengambil analisis pertanyaan minat beli dari setiap jawaban responden. Data interval tersebut di

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

analisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skorsing dari setiap jawaban responden. Dengan menganalisis dari rata-rata jawaban responden, berdasarkan data tersebut responden menjawab setuju, sangat setuju dan kurang setuju.

### 5.3 Uji Kualitas Data

Tujuan dari Uji kualitas data ini adalah untuk menentukan batas-batas kebenaran ketepatan alat ukur (*kuesioner*) suatu indikator variabel dapat di lakukan dengan cara sebagai berikut:

#### 5.3.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut **Ghozali (2006:49)** digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapakn sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria atau syarat suatu item tersebut dinyatakan valid adalah bila kolerasi tiap faktor tersebut bernilai positif dan besarnya > 0,30 keatas. Berikut adalah hasil pengujian validitas instrument yang digunakan dalam penelitian ini :

**Tabel 5.14 Uji Validitas**

| No | Pernyataan | Tanda | Korelasi | Nilai | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Sertifikasi Halal ($X_1$)-1 | > | 0,3 | 0,688 | Valid |
| 2 | Sertifikasi Halal ($X_1$)-2 | > | 0,3 | 0,608 | Valid |
| 3 | Sertifikasi Halal ($X_1$)-3 | > | 0,3 | 0,587 | Valid |
| 4 | Sertifikasi Halal ($X_1$)-4 | > | 0,3 | 0,631 | Valid |
| 5 | Sertifikasi Halal ($X_1$)-5 | > | 0,3 | 0,562 | Valid |
| 6 | Sertifikasi Halal ($X_1$)-6 | > | 0,3 | 0,599 | Valid |
| 7 | Sertifikasi Halal ($X_1$)-7 | > | 0,3 | 0,652 | Valid |
| 1 | Kesadaran Halal ($X_2$)-1 | > | 0,3 | 0,612 | Valid |
| 2 | Kesadaran Halal ($X_2$)-2 | > | 0,3 | 0,679 | Valid |
| 3 | Kesadaran Halal ($X_2$)-3 | > | 0,3 | 0,485 | Valid |
| 1 | Merek ($X_3$)-1 | > | 0,3 | 0,793 | Valid |

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 2 | Merek ($X_3$)-2 | > | 0,3 | 0,730 | Valid |
| 3 | Merek ($X_3$)-3 | > | 0,3 | 0,808 | Valid |
| 1 | Minat Beli (Y)-1 | > | 0,3 | 0,932 | Valid |
| 2 | Minat Beli (Y)-2 | > | 0,3 | 0,874 | Valid |
| 3 | Minat Beli (Y)-3 | > | 0,3 | 0,879 | Valid |

***Sumber: Olahan Data SPSS 16, 2020***

Berdasarkan tabel di atas hasil rekapitulasi Uji Validitas untuk setiap pernyataan diatas dapat dilihat bahwa nilai *Correlation* atau nilai $r_{hitung}$ untuk masing-masing variabel berada > 0,30. Maka ini menunjukkan bahwa data tersebut valid karena memenuhi asumsi Uji Validitas.

### 5.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut **Ghozali (2006:45)** adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60.

**Tabel 5.15 Uji Reliabilitas**

| No | Variabel | Cronbach's Alpha | Tanda | Nilai | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Minat Beli (Y) | 0,877 | > | 0,60 | Reliabel |
| 2 | Sertifikat Halal ($X_1$) | 0,621 | > | 0,60 | Reliabel |
| 3 | Kesadaran Halal ($X_2$) | 0,644 | > | 0,60 | Reliabel |
| 4 | Merek ($X_3$) | 0,853 | > | 0,60 | Reliabel |

***Sumber: Olahan Data SPSS 16, 2020***

Berdasarkan Tabel 5.15 dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel berada > 0,60. Ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel tersebut reliabel dan layak diuji.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## 5.4 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk m

enguji apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan Kolmogorv-Smirnov (K-S) untuk menguji kenormalan data. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka data penelitian berdistribusi normal. Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas K-S pada nilai unstandardized residual (RES_1) untuk persamaan regresi pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, dan merek terhadap niat beli produk restoran fast food. Untuk memunculkan nilai unstandardized residual dilakukan dengan melakukan regresi pada keempat variabel tersebut dan mengaktifkan unstandardized residual. Selanjutnya, nilai unstandardized residual ini yang diuji menggunakan one sample K-S. hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.16 Uji Normalitas Data**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 100 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | 2.85890204 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .125 |
| | Positive | .076 |
| | Negative | -.125 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.255 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .086 |

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

***Sumber: Data Olahan SPSS 16***

Berdasarkan tabel tersebut, nilai asymp. Signifikansi (2-tailed) sebesar 0.086 lebih besar dari 0.05, Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

## 5.5 Uji Asumsi Klasik

### 5.5.1 Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Untuk menguji ada atau tidaknya multikoliniaritas didalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai toleransi dan nilai *Varians inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10, terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF < 10, tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 5.17 Uji Multikolonieritas**

**Coefficients**[a]

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 6.762 | 3.677 | | 1.839 | .069 | | |
| Sertifikasi Halal | -.178 | .100 | -.171 | -1.785 | .077 | .935 | 1.069 |
| Kesadaran Halal | .062 | .263 | .025 | .236 | .814 | .785 | 1.274 |
| Merek | .709 | .181 | .402 | 3.908 | .000 | .811 | 1.233 |

a. Dependent Variable: Minat Beli

***Sumber: Olahan Data***

***SPSS 16***

Dari tabel di atas rekapitulasi Uji Multikolinearitas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel sertifikat halal, kesadaran halal dan merek tidak terdapat multikolinearitas. Hal ini dikarenakan hasil uji Multikolinearitas telah memenuhi asumsi VIF, dimana nilai VIF < 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
UIN SUSKA RIAU
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

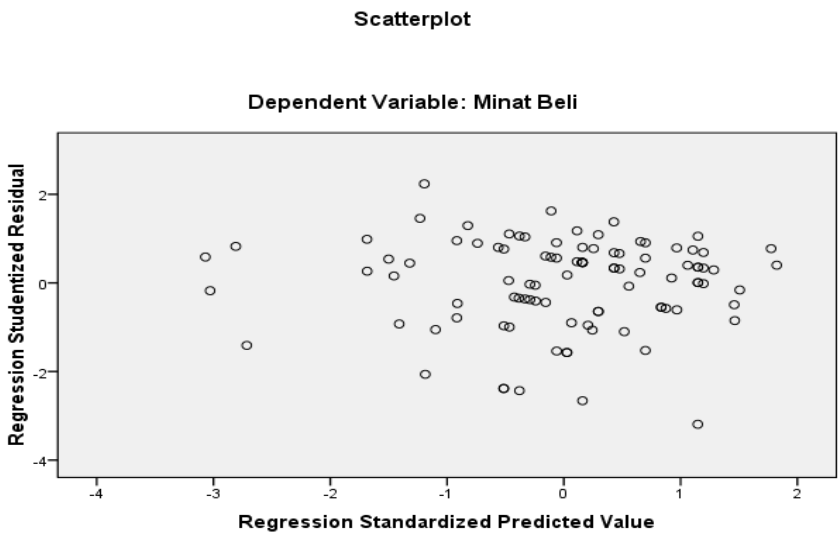
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### 5.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut **Ghozali (2006:125)** uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPREED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik

scotterplot antara SRESID dan ZPREED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized.

**Gambar 5.18 Uji Heteroskedastisitas**




***Sumber: Olahan Data SPSS 16***

Berdasarkan Gambar 5.2 bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah 0 (nol) pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat heterokedastisitas.

## 5.6 Analisis Data Penelitian

### 5.6.1 Regresi Linear Berganda

Untuk menganalisa data penulisan menggunakan metode regresi linear berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas, dan digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat yang dibantu dengan menggunakan program SPSS. Hasil perhitungan untuk analisis regresi dari responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.19 Analisis Regresi Berganda**

**Coefficients[a]**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 6.762 | 3.677 | | 1.839 | .069 |
| Sertifikasi Halal | -.178 | .100 | -.171 | -1.785 | .077 |
| Kesadaran Halal | .062 | .263 | .025 | .236 | .814 |
| Merek | .709 | .181 | .402 | 3.908 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Beli

***Sumber: Olahan Data SPSS 16***

Berdasarkan tabel hasil regresi linear berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah :

$$\mathbf{Y = 6{,}762 - 0{,}178X_1 + 0{,}062X_2 + 0{,}709X_3 + e}$$

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
of Sultan Syarif Kasim Riau

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 6,762. Artinya adalah apabila sertifikat halal, kesadaran halal dan merek diasumsikan bernilai nol (0), Maka minat beli tetap sebesar 6,762.
2. Nilai koefesien regresi -0,178 menyatakan bahwa sertifikat halal mengalami peningkatan 1 satuan, maka minat beli akan mengalami penurunan sebesar -0,178.
3. Nilai koefisien regresi 0,062 menyatakan bahwa kesadaran halal mengalami peningkatan 1 satuan, maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,062.
4. Nilai koefisien regresi 0,709 menyatakan bahwa merek mengalami peningkatan 1 satuan, maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,709.
5. Standar error (e**)** merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukan dalam persamaan.

## 5.7 Uji Hipotesis

### 5.7.1 Uji Secara Parsial (Uji T)

Nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh parsial (pervariabel) variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Adapun kriteria kepuasaan konsumen yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau sig < a maka:

Ho ditolak, Ha diterima artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel sertifikasi halal, kesadaran halal dan merek terhadap minat beli.

b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau sig > a maka:

Ho diterima, Ha ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel variabel sertifikasi halal, kesadaran halal dan merek terhadap minat beli.

Dapat dilihat pada tabel 5.19 bahwa masing-masing nilai t hitung dan signifikansi variabel bebas. Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikan 5% (2-tailed) dengan persamaan berikut:

T tabel = n – k : alpha/ 2

= 100-3 : 0,05/2

= 97:0,025

= 1,984

Keterangan: n : Jumlah sampel

k : Jumlah Variabel bebas

Dengan demikian diperoleh hasil sebagai berikut

1. Sertifikasi halal. Diketahui t hitung (-1.785) < t tabel (1,984) dan Sig. (0,077) > 0,05. Artinya sertifikasi halal tidak signifikan terhadap minat beli.
2. Kesadaran halal. Diketahui t hitung (0,236) < t tabel (1,984) dan Sig. (0,814) > 0,05. Artinya kesadaran halal tidak signifikan terhadap minat beli.
3. Merek. Diketahui t hitung (3,908) > t tabel (1,984) dan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

### 5.7.2 Uji Secara Simultan (Uji F)

Menurut **Siregar (2013:304)** uji ini digunakan untuk menguji pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel tergantung maka model persamaan regresi masuk kedalam kriteria cocok. Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan $F_{hitung}$ dengan $F_{tabel}$. Sebelum membandingkan nilai F, harus ditemukan tingkat kepercayaan (1-a) dan derajat kebebasan (*degree of freedom)*-n-(k-1) agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau sig < a maka:
   - Ho ditolak, Ha diterima artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel sertifikasi halal, kesadaran halal dan merek terhadap minat beli.

2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau sig > a maka:
   - Ho diterima, Ha ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel sertifikasi halal, kesadaran halal dan merek terhadap minat beli.

F tabel = n – k – 1 ; k
= 100 – 3 – 1 ; 3
= 96 ; 3
= 2,70

Keterangan :
n : jumlah sampel
k : jumlah variabel bebas
1 : konstan

**Tabel 5.20 Uji F Hitung**

**ANOVA[b]**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 171.751 | 3 | 57.250 | 6.792 | .000[a] |
| | Residual | 809.159 | 96 | 8.429 | | |
| | Total | 980.910 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), Merek, Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal

b. Dependent Variable: Minat Beli

***Sumber: Olahan Data SPSS 16***

Dari Tabel 5.21 diatas diketahui bahwa $F_{hitung}$ sebesar 6,792 dengan signifikan 0,000 dan jumlah $F_{tabel}$ statistik sebesar 2,70. Dengan demikian diketahui $F_{hitung}$ sebesar (6,792) > $F_{tabel}$ (2,70) dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya secara simultan atau bersamaan sertifikasi halal, kesadaran halal dan merek memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

### 5.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$)

Jika koefisien korelasi dikuadratkan akan menjadi koefisien penentu (KP) atau koefisien determinasi, yang artinya penyebab perubahan pada variabel Y yang datang dari variabel X, sebesar kuadrat koefisien korelasinya. Koefisien determinasi ini menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel (variabel X) terhadap naik/turunnya (variasi) nilai variabel lainnya (variabel Y). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.22 dibawah ini :

**Tabel 5.21 Koefisien Detrminasi**

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .418[a] | .175 | .149 | 2.90323 |

a. Predictors: (Constant), Merek, Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal

***Sumber: Olahan Data SPSS 16***

UIN SUSKA RIAU
© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai korelasi (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,418. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan sedang antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Sedangkan nilai R Square sebesar 0,175. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal, kesadaran halal dan merek secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 17,5% terhadap minar beli, Sedangkan sisanya sebesar 82,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.8 Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli dengan diketahui t hitung (-1.785) < t tabel (1,984) dan Sig. (0,077) > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal secara parsial memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli.

Penelitian ini menemukan bahwa sertifikasi halal tidak berpengaruh terhadap minat beli. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh **Aziz dan Vui (2012)** dengan judul penelitian "*The Role of Halal Awareness, Halal Certification and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach"* yang menyatakan bahwa sertifikat halal berpengaruh secara parsial terhadap minat beli.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**2. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat beli**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli dengan diketahui t hitung (0,236) < t tabel (1,984) dan Sig. (0,814) > 0,05.Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran halal secara parsial memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli.

Penelitian ini menemukan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap minat beli. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh **Yunus dkk (2014)** dengan judul penelitian "*Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer"* yang menyatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh secara parsial terhadap minat beli.

**3. Pengaruh Merek Terhadap Minat beli**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa merek memiliki pengaruh terhadap minat beli dengan diketahui t hitung (3,908) > t tabel (1,984) dan Sig. (0,000) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa merek secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Penelitian ini menemukan bahwa merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh **Yunus dkk (2014)** dengan judul penelitian "*Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer"* yang menyatakan bahwa merek tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**4. Pengaruh Sertifikat Halal, Kesadaran Halal Dan Merek Terhadap Minat Beli**

Dengan demikian diketahui bahwa $F_{hitung}$ sebesar 6,792 dengan signifikan 0,000 dan jumlah $F_{tabel}$ statistik sebesar 2,70. Dengan demikian diketahui $F_{hitung}$ sebesar (6,792) > $F_{tabel}$ (2,70) dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya secara simultan atau bersamaan sertifikasi halal, kesadaran halal dan merek memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Diketahui bahwa nilai R sebesar 0,418. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,175. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal, kesadaran halal dan merek secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 17,5% terhadap minat beli, Sedangkan sisanya sebesar 82,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh **Danang Waskito (2015)** dengan judul "pengaruh sertifikat halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli produk makanan halal" yang menyatakan bahwa sertifikat halal dan kesadaran halal berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.