

**PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAM PADA
MAKANAN KEMASAN DI KABUPATEN TAKALAR**

SKRIPSI



**NADIAL HUDA
NIM: 105741101520**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

**PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAM PADA
MAKANAN KEMASAN DI KABUPATEN TAKALAR**

SKRIPSI



**NADIAL HUDA
NIM : 105741101520**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN :

**PENGARUH LABEL HALAL, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAM PADA MAKANAN
KEMASAN DI KABUPATEN TAKALAR**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

**NADIAL HUDA
NIM : 105741101520**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Sesungguhnya berserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap

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

“Barang siapa keluar rumah untuk menuntut ilmu maka ia dalam Jihad Fisabilah hingga kembali”

(H.R. Tirmidzi)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk diri saya sendiri yang telah menyelesaikan tugas yang telah diamanahkan kepada saya.

Kemudian kedua orang tuaku tercinta serta kedua adik saya yang menjadi semangat saya melanjutkan Pendidikan agar dapat menjadi contoh yang baik bagi-nya dan untuk teman- teman yang selalu mendukung susah senangnya Bersama serta almamaterku tercinta.

PESAN DAN KESAN

Pesan

“Jika memulai karena Allah, maka jangan menyerah karena manusia”

“Jangan pernah takut untuk gagal. Tapi takutlah untuk tidak mencoba”

Kesan

“Proses adalah perjalanan yang penuh pembelajaran dan pengembangan diri”





**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972Makassar

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan Di Kabupaten Takalar.

Nama Mahasiswa : Nadial Huda

No. Stambuk/ NIM : 105741101520

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

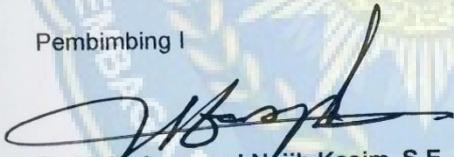
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 03 Agustus 2024 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 03 Agustus 2024

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

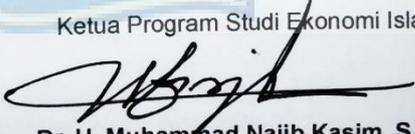

Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NIDN. 882369019


Sri Wahyuni, SE., M.E
NIDN.0929088901

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Islam


Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 007


Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NBM: 861 013



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Nadial Huda, Nim : 105741101520 diterima dan disahkan oleh panitia Penguji Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0004/SK-Y/60202/091004/2024 M. Tanggal 28 Muharram 1446 H / 03 Agustus 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 28 Muharram 1446 H
03 Agustus 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr.Ir.H.Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc (.....)
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si (.....)
2. Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M (.....)
3. Dr. Idham Khalid, S.E., M.E (.....)
4. Sri Wahyuni, S.E., M.E (.....)

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM : 651 507



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Nadial Huda
No. Stambuk/ NIM : 105741101520
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan Di Kabupaten Takalar.

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 03 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Nadial Huda
NIM: 105741101520

Diketahui Oleh:



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 607

Ketua Program Studi Ekonomi Islam

Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NBM: 861 013

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadial Huda
NIM : 105741101520
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul:

Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan Di Kabupaten Takalar.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Makassar, 03 Agustus 2024



Yang Membuat Pernyataan,

Nadial Huda
NIM: 105741101520

ABSTRAK

NADIAL HUDA. 2024. *Pengaruh Label Halal ,Harga, dan Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan di Kabupaten Takalar.* Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing : oleh Muhammad Najib Kasim Dan Sri Wahyuni.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui Pengaruh Label Halal ,Harga, dan Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan di Kabupaten Takalar. Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya makanan kemasan yang beredar di kalangan Masyarakat muslim. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur Pengaruh Label Halal ,Harga, dan Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumsi Islam yang diperoleh dari kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple Random Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden diperoleh dengan menggunakan rumus *slovin*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 24.

Adapun hasil dari penelitian Label Halal tidak pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan di kabupaten Takalar Karena nilai t_{hitung} sebesar $0,526 < t_{tabel}$ sebesar $1,984$. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan di kabupaten Takalar karena nilai t_{hitung} sebesar $2,153 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$. Dan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan di kabupaten Takalar Karena nilai t_{hitung} sebesar $5,932 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$.

Kata Kunci : *Label Halal, Harga, Kualitas Produk Dan Perilaku Konsumsi Islam*

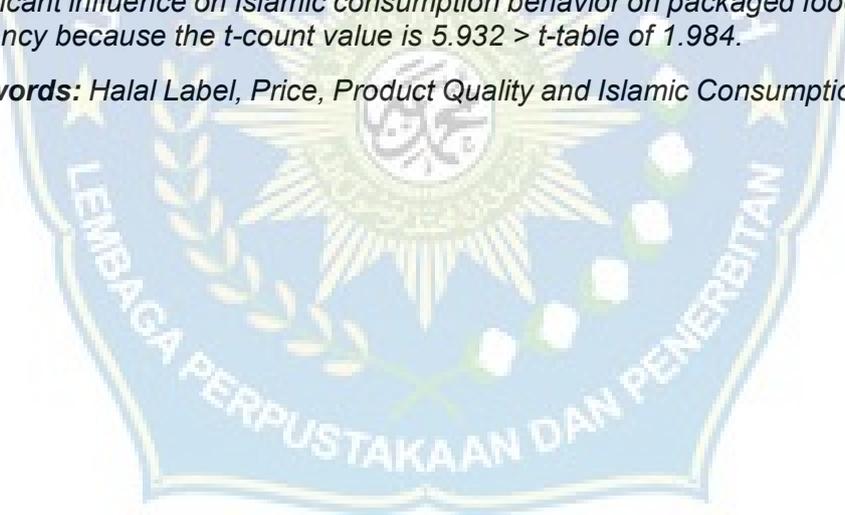
ABSTRACT

NADIAL HUDA. 2024. *The Influence of Halal Labels, Prices and Product Quality on Islamic Consumption Behavior in Packaged Foods in Takalar Regency. Thesis . Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Main Supervisor Muhammad Najib Kasim and Co-Supervisor Sri Wahyuni.*

The purpose of this study was to determine the effect Halal Labels, Prices, and Product Quality on Islamic Consumption Behavior on Packaged Food in Takalar Regency. This research is motivated by the large number of packaged foods circulating among the Muslim community. This type of research is quantitative in nature with the aim of measuring the Influence of Halal Labels, Prices, and Product Quality on Islamic Consumption Behavior obtained from the questionnaire. The sampling technique uses simple Random Sampling. The number of samples used is 100 respondents obtained using the slovin formula. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS 24.

The results of the Halal Label study do not have a significant effect on Islamic consumption behavior on packaged food in Takalar Regency because the t -count value is $0.526 < t$ table of 1.984 . Price has a positive and significant effect on Islamic consumption behavior on packaged food in Takalar Regency because the t -count value is $2.153 > t$ table of 1.984 . And Product Quality has a positive and significant influence on Islamic consumption behavior on packaged food in Takalar Regency because the t -count value is $5.932 > t$ -table of 1.984 .

Keywords: Halal Label, Price, Product Quality and Islamic Consumption Behavior



KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Label Halal ,Harga, dan Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan di Kabupaten Takalar”. Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Hasrifuddin dan Ibu Hariati yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan adik tecinta Muh. Amirul Amin dan Naya Aishwarya Az-zahra yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr.Ir.H.Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. H. Najib Kasim, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr.H. Najib Kasim, S.E., M.Si, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Sri Wahyuni, S.E., M.E, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Terima kasih teruntuk kedua orang tua saya, Bapak Hasrifuddin dan Ibu Hariati telah memberikan semangat, doa, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Angkatan 2020 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
10. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangatjauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini. Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Shabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 03 Agustus 2024

Nadial Huda



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN	viii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Tinjauan Teori.....	6
B. Tinjauan Empiris	14
C. Kerangka Pikir.....	24
D. Hipotesis.....	25

BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Jenis dan Sumber Data	26
D. Populasi dan Sampel	27
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Definisi Operasional Variabel	30
G. Metode Analisis Data	32
H. Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)	38
C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)	47
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Apakah Pernah Membeli Makanan Kemasan.....	40
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Pada Label Halal.....	41
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Pada Harga.....	42
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Pada Kualitas Produk.....	44
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Pada Perilaku Konsumsi Islam.....	45
Tabel 4.9 Hasil Ringkasan Uji Validitas X1.....	48
Tabel 4.10 Hasil Ringkasan Uji Validitas X2.....	48
Tabel 4.11 Hasil Ringkasan Uji Validitas X3.....	49
Tabel 4.12 Hasil Ringkasan Uji Validitas Y.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas.....	50
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.15 Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.18 Uji T.....	56
Tabel 4.19 Uji F.....	57
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Halal.....	8
Gambar 2.2 Contoh Makanan Kemasan.....	14
Gambar 2.3 Kerangka pikir.....	24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiener.....	67
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	70
Lampiran 3 Uji Validitas.....	81
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	88
Lampiran 5 Regresi Linier Berganda.....	89
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	90
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	91
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas.....	91
Lampiran 9 Uji T.....	91
Lampiran 10 Uji F.....	92
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi.....	92
Lampiran 12 Distribusi R Tabel.....	93
Lampiran 13 Distribusi T Tabel.....	94
Lampiran 14 Distribusi F Tabel.....	95
Lampiran 15 Surat Izin.....	96
Lampiran 16 Bukti Bebas Plagiat.....	97

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang mencakup segala aspek kehidupan dan mengatur setiap tindakan manusia. Faktanya, tidak ada satu pun sistem sosial tradisional dan modern yang menetapkan standar moral manusia dan mengatur secara rinci setiap aspek kehidupan manusia dalam Islam, termasuk konsumsi dalam hal ini (Antonio, 2003: 4). Padahal, segala sesuatu yang dilakukan manusia di dunia ini tidak lepas dari ajaran Islam, karena konsumsi merupakan seruan terhadap peran khilafah di muka bumi. Seperti halnya konsumsi, masyarakat harus mengikuti ajaran Islam.

Dalam sistem ekonomi Islam, tujuan utama konsumsi bagi Masyarakat muslim adalah untuk menyumbang ibadah kepada Allah. Padahal, ketika sesuatu dikonsumsi dengan niat untuk meningkatkan ketaatan dan ketaqwaan kepada Allah, maka mengkonsumsinya menjadi ibadah yang patut dan manusia mendapat pahala karenanya. Dalam ekonomi Islam, konsumsi dianggap sebagai sarana wajib bagi masyarakat muslim dan tidak dapat diabaikan dalam mewujudkan tujuan yang dimaksudkan Allah dalam penciptaan manusia, yaitu pengabdian yang utuh kepada Allah saja.

Dalam ajaran Islam, terdapat tiga aspek utama dalam konsumsi yang perlu ditekankan, yaitu mengonsumsi barang-barang yang halal, barang yang dianggap suci dan bersih, serta menjauhi perilaku berlebihan (Chaundhry, 2012).

Prinsip kesederhanaan dalam konsumsi berarti bahwa orang haruslah mengambil makanan dan minuman sekedarnya dan tidak berlebihan. Al-Qur'an menyatakan:

وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Terjemahnya :

“ Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan, Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (QS.al-A'raaf [7]:31)

Makanan kemasan memiliki banyak manfaat, antara lain: Berfungsi sebagai wadah makanan, menjaga kesegaran makanan, mengawetkan warna makanan, menyimpan dan mendistribusikan makanan, dan yang terpenting, mengurangi kontaminasi dari air, tanah, dan udara. Selain itu juga dapat mencegah keberadaan mikroorganisme yang dapat merusak pangan atau membahayakan kesehatan manusia (Winarno dalam Soegiono 2012).

Indonesia merupakan negara yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam, termasuk masyarakat di distrik Takalar. Tentu saja harus diperhatikan untuk memastikan bahwa produk yang digunakan sesuai dengan prinsip Islam dan hukum Syariah. Dengan berkembangnya agama Islam di Indonesia, agama Islam juga mewajibkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan halal yang berkualitas baik. Batasan halal dan haram dalam kehidupan manusia dijelaskan secara jelas dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah sebagai bentuk perlindungan Ilahi bagi manusia untuk melindungi dirinya dari hal-hal yang dilarang syariat. Oleh karena itu, Allah tidak menoleransi apa pun selain kebaikan dan melarang apa pun selain keburukan. Masyarakat muslim telah mengembangkan pola konsumsi makanan tertentu yang mengharuskan seluruh umat beriman mengonsumsi makanan halal dan menahan diri atau menghindari makanan haram.

Harga juga memiliki dampak terhadap minat beli dan keputusan penjualan. Terkadang, produk yang memiliki label halal sering diidentikkan dengan harga yang tinggi karena memerlukan pengawasan dalam seluruh proses produksi, mulai dari pemilihan bahan, metode pengolahan, cara pengemasan, hingga strategi promosi. Harga di sini merujuk pada jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual sebagai imbalan atas pembelian suatu barang atau jasa.

Label Halal berkaitan erat dengan produk makanan kemasan dan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat pembelian. Fenomena ini muncul karena banyaknya Masyarakat Muslim di Kabupaten Takalar yang memilih produk makanan kemasan yang berhubungan dengan Islam atau memiliki identitas yang terkait dengan agama tersebut. Masyarakat Muslim memilih mengonsumsi produk makanan kemasan karena kemudahan dalam konsumsi sekaligus terkait dengan label halal yang menarik minat pembelian.

Kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk memiliki peran yang signifikan, dan pelanggan cenderung memilih produk yang berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), sebagaimana dijelaskan oleh Nurdiansyah (2017:35), apabila pemasar memperhatikan kualitas produk serta mendukungnya dengan periklanan dan harga yang wajar, konsumen akan lebih mudah melakukan pembelian. Kualitas produk berpengaruh langsung pada keputusan pembelian, dan perusahaan perlu memenuhi standar kualitas agar konsumen tidak beralih ke produk pesaing yang dianggap memiliki kualitas lebih baik. Semakin tinggi

kualitas produk, semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

kemasan produk memiliki peran penting sebagai kesan pertama bagi konsumen sebelum mereka memutuskan untuk membeli dan menggunakan makanan kemasan tersebut. Perusahaan juga saling berkompetisi untuk meningkatkan keunggulan kualitas produk mereka. Kualitas produk yang unggul harus memperhatikan kesterilan selama proses produksi, menjaga kebersihan dan keamanan produk, serta memberikan rasa makanan kemasan yang lezat. Dengan demikian, dalam pandangan konsumen, kualitas produk yang baik mampu menciptakan kesan positif dan membangun citra merek yang positif.

Dengan memahami tentang label halal, harga dan kualitas produk pada makanan kemasan membuat Masyarakat atau konsumen menjadi semakin selektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi. Oleh karena itu penulis tertarik meneliti dengan judul “Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan Di Kabupaten Takalar”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimanakah Pengaruh Label Halal Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan Di Kabupaten Takalar?
2. Bagaimanakah Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan Di Kabupaten Takalar?

3. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan Di Kabupaten Takalar?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan Di Kabupaten Takalar.

D. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah manfaat ganda yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis .

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terkhususnya bagi pengembangan ilmu ekonomi islam sebagai referensi yang dapat memberikan informasi mengenai tentang Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan .

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan pengetahuan dan informasi untuk memberikan kemampuan pemahaman bagi penulis pada khususnya dan akademis serta Masyarakat pada umumnya tentang Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Pada Makanan Kemasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

Secara umum, label halal, harga, dan kualitas produk memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam pada makanan kemasan. Label halal yang memiliki reputasi yang baik dapat memengaruhi perilaku konsumsi Islam. Selain itu, faktor harga dan kualitas produk juga turut memengaruhi perilaku konsumsi Islam dalam memilih makanan kemasan. Konsumen cenderung memilih produk dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik.

1. Label Halal

Menurut Zulham, label adalah penulisan simbol atau nama merek, nama pabrik, alamat pabrik, informasi mengenai komposisi dan ukuran produk, serta saran penggunaannya, (Zulham, 2013). Label memiliki peran penting dalam menetapkan identitas merek atau produk, menentukan posisi produk di pasaran, serta menjelaskan aspek-aspek seperti nama pembuat dan logo produk.

Menurut Qardhawi (1993) dalam bukunya tentang "Halal dan Haram dalam Islam" Halal adalah apa pun yang diperbolehkan oleh syariat Islam untuk dilakukan, sementara Haram adalah segala hal yang dilarang oleh hukum Islam, dan melakukannya dapat mengakibatkan dosa.

Label halal yaitu penulisan atau pernyataan halal yang tertera atau yang tercantum pada kemasan produk sebagai indikasi bahwa produk tersebut dianggap halal (Aisy dan Muljaningsih, 2021:7). Label halal adalah informasi yang produsen makanan cantumkan untuk menentukan apakah produknya sesuai dengan prinsip halal atau haram.

Label halal merupakan pencantuman tulisan halal ataupun logo yang tersusun dari huruf-huruf arab yang membentuk kata halal dalam sebuah kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud itu sebagai produk halal. Adapun indikator label halal menurut (Rinda, 2014) ada 3 yakni :

1. Pengetahuan
2. Kepercayaan
3. Penilaian pada labelisasi halal

Sebelum label halal diberikan pada produk makanan, aturan umum mengharuskan produk tersebut melewati pemeriksaan dan sertifikasi halal oleh otoritas yang berwenang. Hal ini bertujuan untuk memverifikasi kehalalan komposisi, asal-usul bahan, dan proses produksi makanan tersebut. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Maidah/5:88.

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Terjemahnya:

Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman

Pada ayat ini Allah SWT memerintahkan kepada kita sebagai umat muslim untuk memakan makanan yang halal dan baik, serta agar bertawakkal kepada Allah Swt.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama menetapkan label halal yang berlaku secara nasional. Penetapan label halal ini diatur dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal. Penetapan label halal ini dilakukan sebagai pelaksanaan ketentuan Pasal 37 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Langkah ini

juga merupakan bagian dari pelaksanaan amanat Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang JPH.



Gambar 2.1 Logo Label Halal

2. Harga

Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan pada suatu produk; dengan kata lain, harga mencerminkan nilai yang harus ditukarkan dengan produk yang diinginkan oleh konsumen (Swastha & Sukotjo, 2007). Setiap harga dapat dijadikan dasar perbandingan oleh konsumen untuk menilai harga-harga lainnya (Schiffman & Kanuk, 2008).

Tjiptono menyatakan bahwa penetapan harga dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup tujuan pemasaran perusahaan, strategi pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga. Sementara faktor eksternal melibatkan sifat pasar dan permintaan, tingkat persaingan, serta elemen-elemen lingkungan lainnya (Tjiptono, 2008).

Harga dapat diartikan sebagai suatu nilai tukar yang bisa diukur dengan uang atau barang lainnya untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa, baik untuk individu maupun kelompok, pada waktu dan

tempat tertentu. Harga memiliki dua peran utama dalam pengambilan keputusan pembeli: peran alokasi, di mana harga membantu pembeli memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi sesuai kemampuannya; dan peran informasi, di mana harga memberikan informasi kepada konsumen mengenai faktor produk, seperti kualitas (Swastha & Sukotjo, 2007).

Menurut Marpaung (2021), harga produk merujuk pada nilai suatu produk yang diukur dengan uang. Sejalan dengan itu, Setiawan (2020) mendefinisikan harga sebagai nilai suatu produk, baik barang maupun jasa, yang diukur dengan nilai uang. Konsep harga produk mencakup jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh atau menggunakan suatu produk atau layanan. Kehadiran harga menjadi elemen krusial dalam bidang pemasaran dan ekonomi, karena dapat berpengaruh terhadap permintaan, penjualan, serta keuntungan suatu perusahaan. Septiani & Prambudi (2021) menyajikan beberapa indikator harga, antara lain:

- a. Harga produk yang terjangkau oleh konsumen
- b. Harga yang sesuai dengan kondisi pasar
- c. Harga yang sebanding dengan kualitas produk
- d. Harga yang sejajar dengan manfaat yang diperoleh dari produk.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk mencakup semua barang dan jasa yang terkait dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, di mana keunggulan produk menjamin bahwa produk tersebut layak dijual sesuai dengan harapan

konsumen (Schiffman & Kanuk, 2008). Dalam konteks ini, produk berkualitas diartikan sebagai produk yang memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan oleh bagian produksi (Solihin, 2014).

Definisi kualitas produk oleh Kotler dan Amstrong, seperti yang dikutip oleh Suryati, menggambarkan karakteristik dari suatu jasa atau produk yang bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kemampuannya. Menurut Mullins, Orville, dan Boyd, yang dikutip oleh Sumar (2020), dimensi kualitas produk mencakup kinerja, spesifikasi, daya tahan, keandalan, kesesuaian dengan keistimewaan tambahan, kesan kualitas, dan estetika.

Aspek kualitas produk memainkan peran penting dalam produk, di mana pelanggan cenderung membeli produk yang memiliki kualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler dan Amstrong (2012), sebagaimana dijelaskan oleh Nurdiansyah (2017), menyatakan bahwa jika pemasar memperhatikan kualitas produk, didukung oleh periklanan dan harga yang wajar, konsumen akan lebih cenderung untuk melakukan pembelian tanpa ragu. Indikator kualitas produk menurut Kotler (2013) yaitu kinerja, daya tahan, estetika dan keandalan.

Kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian, dan tuntutan akan kualitas telah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar dapat menjaga pelanggan mereka agar tidak beralih ke produk pesaing yang dianggap memiliki kualitas yang lebih baik. Semakin tinggi kualitas suatu produk, semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

Di dalam ekonomi Islam menekankan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis. Maka, kualitas produk yang harus mencerminkan kejujuran dalam representasinya dan keadilan dalam nilai dan harga.. Islam menekankan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis. Maka, kualitas produk yang dipersembahkan harus mencerminkan kejujuran dalam representasinya dan keadilan dalam nilai dan harga. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa/4:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat ini menekankan bahwa bisnis atau perdagangan harus dilakukan dengan kejujuran dan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka.

4. Perilaku Konsumsi Islam

Perilaku konsumsi merupakan suatu kegiatan yang mengalami perubahan dinamis seiring berjalannya waktu, menunjukkan bahwa konsumen selalu berubah dan bergerak dari waktu ke waktu (Husaini, 2016). Perbedaan mendasar antara perilaku konsumsi dalam Islam dan perilaku konsumsi konvensional mencakup aspek-aspek seperti motif dan tujuan dalam melakukan kegiatan konsumsi. Ada tiga nilai dalam perilaku konsumsi Islam yang tidak ditemukan dalam konsumsi konvensional, yaitu

keyakinan bahwa hari kiamat adalah suatu kenyataan, jumlah kekayaan yang dimiliki bukanlah ukuran keberhasilan dalam Islam, dan posisi kekayaan dianggap sebagai anugerah dari Allah SWT (Wigati, 2011).

Perilaku konsumsi dalam Islam melibatkan rangkaian tindakan dan keputusan konsumsi yang diambil oleh individu atau masyarakat Muslim, yang bersumber dari prinsip-prinsip ajaran Islam. Perilaku konsumsi ini mencerminkan penggabungan nilai-nilai agama ke dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan materi, tetapi juga melibatkan aspek-aspek moral, etika, dan sosial yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Perilaku Konsumsi Islam selalu berpedoman pada ajaran Islam dimana perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani.

Konsumsi dalam islam selalu erat kaitannya dengan peranan keimanan seorang muslim. Artinya tingkat keimanan seorang muslim dapat memberikan mindset baru terhadap pola perilaku konsumsi mereka (Fauzan & Rachma 2021). Tidak ada larangan dalam islam yang melarang manusia melakukan kegiatan konsumsi, namun islam memberikan batasan-batasan untuk tidak mengkonsumsi sesuatu yang haram kecuali dalam keadaan darurat. Terdapat dalam surat Al-Baqarah Ayat 173 :

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya, sesungguhnya Allah mahapengampun lagi maha penyayang”.(Al-Baqarah:173)

Berdasarkan tafsir dari Ibnu Katsir menjelaskan bahwa mengkonsumsi barang/jasa yang halal merupakan salah satu sebab terkabulnya doa kita, sebaliknya mengkonsumsi sesuatu yang mengandung unsur haram akan menghalangi diterimanya doa dan ibadah kita. Namun Allah SWT telah memberikan kemudahan-kemudahan kepada hambanya dalam situasi dan kondisi tertentu. Allah memperbolehkan kita untuk mengkonsumsi makanan yang haram (bangkai, daging babi, darah, dll) jika memang tidak ada makanan lain yang dimakan untuk bertahan hidup (Adenin, 2017).

Terdapat tiga poin utama yang ditekankan dalam teori perilaku konsumsi islam yaitu : terciptanya keseimbangan antara konsumsi duniawi dan akhirat, mengesampingkan pemenuhan keinginan dan mengutamakan pemenuhan kebutuhan, sesuai dengan ajaran islam dan tidak menyimpang (Hakim, 2015). Dalam penelitian ini terdapat tiga indikator yang digunakan pada variabel perilaku konsumsi islami yakni: keseimbangan dalam konsumsi, membelanjakan harta pada sesuatu yang halal, tidak berelebih-lebihan dalam menggunakan harta.

5. Makanan Kemasan

Makanan kemasan merupakan produk makanan yang diatur dengan rapi, bersih, dan memiliki batas waktu kadaluarsa untuk dijual

dalam periode yang dapat diprediksi. Kemasan makanan atau wadah pangan merujuk pada materi yang digunakan untuk menampung dan/atau membungkus produk pangan, baik yang bersentuhan langsung dengan produk pangan atau tidak.

Makanan kemasan adalah produk makanan yang dibungkus dengan rapi, bersih, dan memiliki batas waktu kadaluarsa untuk dijual dalam periode yang dapat diprediksi. Produk ini dibungkus atau ditempatkan dalam kemasan tertentu sebelum dijual kepada konsumen, seperti botol, kaleng, kotak, sachet, atau berbagai wadah lainnya, tergantung pada jenis makanan dan kebutuhan penyimpanannya. Makanan kemasan bertujuan untuk memperpanjang masa simpan produk, mencegah kerusakan, dan memberikan kenyamanan bagi konsumen.



Gambar 2.2 Contoh Makanan Kemasan

B. Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu adalah Upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan porsinalitas dari penelitian. Ada beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil penelitian
1	Fauzan Bahamarindo Fajirin, Achma (2021)	Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif Di Surabaya)	Gaya Hidup, Tingkat Pendapatan, perilaku konsumsi islam, new normal	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan tingkat pendapatan berpengaruh positif, baik secara simultan maupun parsial, terhadap perilaku konsumsi Islami di masa new normal..
2	Mutiah Khaira Sihotang (2020)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Konsumen Produk PT.HNI HPAI)	Harga Dan Kualitas Produk	Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21	harga berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk PT. HNI HPAI.
3	Muhammad Fahmul Iltiham dan Muhammad Nizar (2020)	Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap	Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan	Teknik pengambilan data menggunakan survei konsumen, dengan instrumen penelitian kuesioner	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal hanya mempengaruhi konsumen untuk

No	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil penelitian
		Minat Beli Dan Keputusan Pembelian			menumbuhkan minat beli, namun tidak mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Variabel harga mempengaruhi minat beli maupun keputusan pembelian, sedangkan baik itu harga dan label halal mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui minat beli.
4	Nadia Eva Nur Fauzy (2020)	Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Le Minerale	Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan primer dengan menyebarkan kuisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, hanya variabel word of mouth yang berpengaruh terhadap minat beli produk AMDK merek Le Minerale.

No	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil penelitian
					<p>Harga, kemasan, kualitas produk, brand image dan word of mouth secara simultan berpengaruh terhadap minat beli produk AMDK merek Le Minerale dengan total pengaruh sebesar 57,5%.</p>
5	<p>Imam Sopingi, Rohmad Prio Santoso, Peni Haryanti (2023)</p>	<p>Kualitas Produk Dan Harga Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Labelisasi Halal</p>	<p>Kualitas Produk Dan Harga Produk</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner online dan offline.</p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa 1) Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian; 2) Kualitas produk berpengaruh terhadap labelisasi halal; 3) Harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian; 4) Harga produk berpengaruh</p>

No	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil penelitian
					h terhadap labelisasi halal; 5) Labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
6	Habibah Shobri, Sugianto, Muhammad Ikhwan Harahap (2023)	Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Pembelian Produk Makanan Impor Kemasan	Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Brand Awareness	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Convenience sampling dengan 116 responden.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap pembelian dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, dan besar nilai thitung $3,655 > t_{tabel} 1,65882$, kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian dengan tingkat signifikansi $0,163 > 0,05$, dan besar nilai thitung $1,405 > t_{tabel}$

No	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil penelitian
					1,65882, Brand Awareness berpengaruh signifikan terhadap pembelian dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, dan besar nilai thitung $5,396 > t_{tabel} 1,65882$.
7	Aditya Sasabila Akbar, Destika, Nur Safitri, Siti Khasanah, M Rait Alparisin (2020)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald's Lampung	Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek	Penelitian ini menggunakan sumber data primer (sumber pertama) dengan Teknik komunikasi dan penyebaran kuesioner kepada 40 responden yaitu konsumen yang sudah mengenal McDonald's. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan judgement sampling	Berdasarkan hasil hipotesis yang dibuat dapat dilihat bahwa hipotesis yang diterima terdapat pada variabel harga berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen dengan nilai signifikansi $0,001$, kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada

No	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil penelitian
				teknik. Teknik yang digunakan dalam pengembangan dan pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural menggunakan program WarpPLS 4.0.	konsumen dengan nilai signifikansi 0,005, citra merek berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen dengan nilai signifikansi 0,003
8	Denny Kurniawati, Sumarj (2020)	Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Sikap, Dan Norma Subyektif Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Dalam Konsumsi Produk Pangan Halal Di Kabupaten Nganjuk	perilaku konsumen muslim, produk pangan halal	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 180 orang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, persepsi, sikap, dan norma subyektif, baik secara parsial maupun simultan, mempengaruhi perilaku konsumen Muslim dalam konsumsi produk pangan halal.
9	Afiqah Luthfatul Harahap, Ahmad Afandi (2023)	Pengaruh Kualitas Produk dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap	Kualitas Produk, Label Halal dan BPOM, Wardah Cosmetics, Minat Beli.	Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda	Setelah menjalankan berbagai uji statistik, dapat dikatakan bahwa nilai

No	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil penelitian
		Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswa di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)		untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan sedangkan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yang tersebar sebanyak 286 orang.	<p> thitung variabel label halal dan BPOM sebesar 6,888 > ttabel 1,968 dengan nilai signifikansi 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hipotesis ini diterima. Artinya keputusan untuk mendapatkan perhatian independen antara label Halal dan BPOM berpengaruh. Sedangkan variabel Kualitas Produk mempunyai nilai thitung sebesar 9,477 > ttabel 1,968 dengan nilai signifikan sebesar 0,00 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis </p>

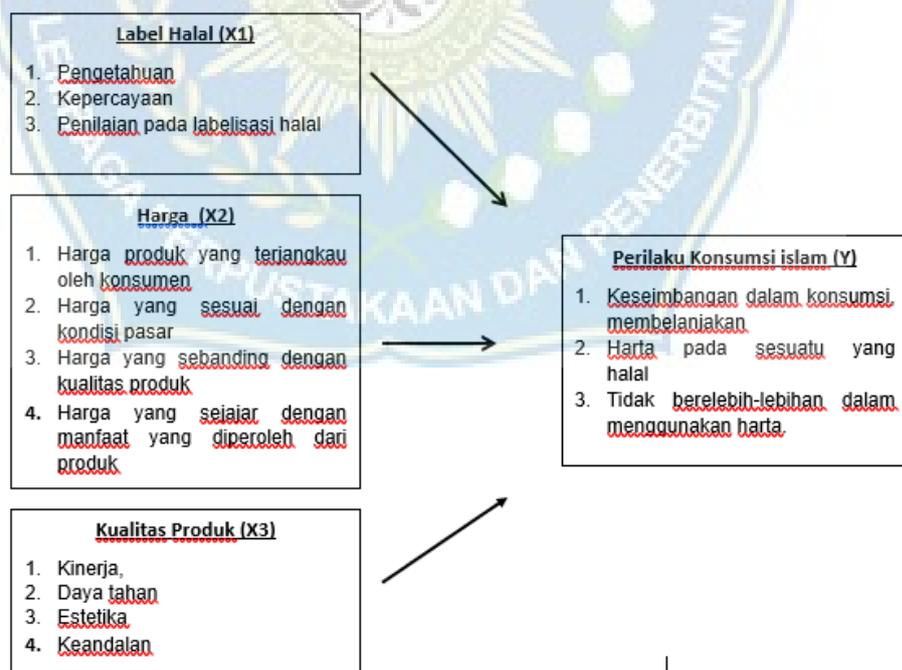
No	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil penelitian
					<p>diterima, yang berarti terdapat dampak antara kualitas produk terhadap minat beli secara persial. Adapun variabel Kualitas Produk Wardah Kosmetik terhadap minat beli jika nilai $t_{hitung} = 3,25, 31 > t_{tabel} = 3,027$ dan nilai signifikansi $0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$ maka hipotesis diterima. Sehingga terdapat dampak pengaruh minat beli produk skin care wardah berdasarkan mutu produk dan label halal dengan BPOM.</p>
10	Mega Rachma	Brand Equity dan Labelisasi	Brand Equity dan	Instrumen penelitian ini	Berdasarkan hasil

No	Nama penelitian dan tahun penelitian	Judul penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat analisis	Hasil penelitian
	Kurniaputri, Hardius Usman (2020)	Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy	Labelisasi Halal	menggunakan data primer yang didapat melalui kuesioner. Hasil kuesioner yang disebar kemudian di uji dengan analisis validitas serta reliabilitas.	penelitian yang dilakukan, brand equity berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sementara variabel labelisasi halal memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat beli produk Lifebuoy. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen berminat membeli produk brand Lifebuoy lebih dipengaruhi faktor brand equity yang di ukur dari brand image, brand associations, perceived quality dan brand loyalty.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu pengaruh Label Halal, harga, dan kualitas produk terhadap Perilaku Konsumsi Islam pada makanan kemasan di kabupaten Takalar adapun perbedaannya adalah dari objek penelitian dan studi kasus serta perbedaan lain dari segi lokasi.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan teori yang telah ada selanjutnya akan diuraikan dengan kerangka berfikir tentang pengaruh Label Halal, harga, dan kualitas produk terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan di kabupaten Takalar. Pada penelitian ini variabel independent (X) adalah label halal, harga dan kualitas produk. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan. Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka pikir

Kerangka pikir ini menunjukkan dalam penelitian ini akan menguji bahwa Label halal (X1) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan (Y) Dimana Masyarakat cenderung lebih memilih produk terkait dengan nilai-nilai islam atau memiliki reputasi baik dalam hal kehalalan dan kualitas. Harga (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan (Y) Masyarakat akan lebih tertarik pada produk dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kondisi ekonomi di kabupaten Takalar. Penawaran harga khusus atau diskon pada produk halal dapat meningkatkan minat beli. Sedangkan Kualitas produk (X3) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan (Y) produk yang berkualitas, memiliki rasa yang baik dan memenuhi standar kehalalan akan lebih diminati oleh konsumsi islam.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan elemen krusial dalam sebuah penelitian dan perlu dirumuskan sejak awal perencanaan penelitian. Karena hipotesis mewakili jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian, diharapkan dapat memberikan arah dan panduan dalam perjalanan penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

HA : Terdapat pengaruh signifikan Label Halal, harga, dan kualitas produk terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan di Kabupaten Takalar.

H0 : Tidak ada pengaruh signifikan Label Halal, harga, dan kualitas produk terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan di Kabupaten Takalar.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian adalah proses eksplorasi atau upaya penemuan yang bertujuan untuk mengungkap kebenaran dan memvalidasi suatu fenomena (Sakyi 2020). Ini merupakan kegiatan sistematis yang bertujuan mendapatkan pemahaman yang mendalam dan kritis melalui pencarian fakta-fakta dengan mengikuti langkah-langkah tertentu. Metode penelitian adalah suatu pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan mendeskripsikan, membuktikan, mengembangkan, dan menghasilkan pengetahuan serta teori untuk memahami, memecahkan, dan meramalkan masalah dalam kehidupan manusia (Sugiyono, 2012).

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang mewakili paham positivisme.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam mengumpulkan sebuah data maka peneliti harus menentukan lokasi yang akan diteliti, adapun lokasi pelaksanaan penelitian ini bertempat di kabupaten Takalar tahun 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sebuah fondasi dalam penelitian untuk mencapai suatu tujuan. Adapun data yang digunakan oleh penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari lapangan atau objek penelitian, melibatkan metode seperti pengukuran, pengamatan, atau wawancara

langsung dengan responden. Penggunaan data primer bertujuan untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan dalam penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya. Dalam konteks penelitian ini, data sekunder digunakan dan diperoleh dari buku dan jurnal-jurnal sebagai sumber referensi yang sudah tersedia.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sejumlah data yang sangat besar dan luas dalam suatu penelitian (Darmawan, 2016). Definisi populasi menggambarkan kumpulan dari semua orang, benda, dan ukuran lain yang menjadi fokus perhatian dalam sebuah penelitian (Suharyadi dan Purwanto S.K, 2016). Dalam konteks penelitian ini, populasi merujuk pada masyarakat Muslim di Kabupaten Takalar yang melakukan pembelian atau mengonsumsi makanan kemasan.

2. Sampel

Sampel dijelaskan sebagai bagian dari populasi (Suharyadi dan Purwanto S. K., 2016). Sampel merupakan sebagian kecil dari seluruh objek yang akan diteliti atau dievaluasi, memiliki karakteristik tertentu dari suatu populasi. Jumlah masyarakat Muslim di Kabupaten Takalar dinyatakan sebagai 325.605 orang, dan rumus yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

Rumus Slovin

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Margin eror yang ditoleransi

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

$$n = \frac{325605}{1 + (325605 \times 0.1\%)^2}$$

$$n = \frac{325605}{1 + (3250605 \times 0.01\%)}$$

$$n = \frac{325605}{1 + (325605)}$$

$$n = \frac{321837}{325606}$$

$$n = 0.99$$

Dengan perhitungan diatas, di dapat nilai 0.99 masyarakat muslim. Dengan demikian sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 masyarakat muslim. Teknik sampling pada penelitian ini adalah random sampling dengan menggunakan metode probability sampling. Probability sampling adalah Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mencakup metode atau cara-cara yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti untuk menghimpun data. Metode pengumpulan

data dapat berdiri sendiri sebagai suatu metode yang independen terhadap metode analisis data atau bahkan menjadi alat utama dalam metode dan teknik analisis data.

1. Dokumentasi

Metode dokumentasi tidak terbatas hanya pada gambar atau foto, tetapi juga mencakup benda-benda tertulis seperti dokumen, buku, catatan harian, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan situs web Disdukcapil Sulsel untuk mengetahui jumlah penduduk Muslim di Kabupaten Takalar..

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis. Ini berupa daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung. Daftar pertanyaan tersebut dapat dikirimkan atau didistribusikan kepada responden, lalu dikembalikan kepada peneliti (Juanda, 2009; Sugiyono, 2012).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk menentukan panjang interval dalam satuan ukuran yang digunakan. Dengan menggunakan skala pengukuran, alat ukur yang digunakan akan menghasilkan data kuantitatif.

Table 3.1 Skala Pengukuran

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel operasional merujuk pada definisi yang mengoperasionalkan variabel-variabel yang sedang diselidiki untuk memudahkan proses pengukuran variabel tersebut. Berikut adalah variabel operasional yang diterapkan dalam penelitian ini:

Tabel 3.2 Definsi Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Label Halal (X1)	Label halal yaitu penulisan atau pernyataan halal yang tertera atau yang tercantum pada kemasan produk sebagai indikasi bahwa produk tersebut dianggap halal (Aisy dan Muljaningsih, 2021).	4. Pengetahuan 5. Kepercayaan 6. Penilaian pada labelisasi halal	Skala Likert 1-5
2	Harga (X2)	Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan pada suatu produk; dengan kata lain, harga mencerminkan nilai	1. Harga produk yang terjangkau oleh konsumen 2. Harga yang sesuai dengan kondisi pasar	Skala Likert 1-5

		yang harus ditukarkan dengan produk yang diinginkan oleh konsumen (Swastha & Sukotjo, 2007).	<p>3. Harga yang sebanding dengan kualitas produk</p> <p>4. Harga yang sejajar dengan manfaat yang diperoleh dari produk.</p>	
3	Kualitas Produk (X3)	<p>Kualitas produk mencakup semua barang dan jasa yang terkait dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, di mana keunggulan produk menjamin bahwa produk tersebut layak dijual sesuai dengan harapan konsumen (Schiffman & Kanuk, 2008).</p>	<p>1. Kinerja</p> <p>2. Daya Tahan</p> <p>3. Estetika</p> <p>4. Keandalan.</p>	Skala Likert 1-5

4	Perilaku Konsumsi Islam (Y)	Perilaku konsumsi merupakan kegiatan yang mengalami perubahan dinamis seiring berjalannya waktu, menunjukkan bahwa konsumen selalu berubah dan bergerak dari waktu ke waktu (Husaini, 2016).	1. Keseimbangan dalam konsumsi 2. Membelanjakan harta pada sesuatu yang halal 3. Tidak berelebihan dalam menggunakan harta.	Skala Likert 1-5
---	-----------------------------	--	---	------------------

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan langkah yang diambil setelah seluruh data yang diperlukan untuk memecahkan permasalahan penelitian telah terkumpul secara lengkap.

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu indikator yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan. Tingkat validitas instrumen yang semakin tinggi mencerminkan akurasi yang lebih besar dalam pengukuran suatu data. Uji validitas ini esensial dilakukan untuk memastikan bahwa pertanyaan yang diajukan tidak menghasilkan data yang menyimpang dari gambaran variabel yang diinginkan.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah evaluasi indeks yang mengukur sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan atau dipercaya. Hal ini mencerminkan seberapa konsisten hasil pengukuran tetap sama ketika dilakukan lebih dari satu kali terhadap fenomena yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang identik. Suatu alat ukur dianggap reliabel jika mampu menghasilkan hasil yang seragam meskipun pengukuran dilakukan berulang kali.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda adalah teknik statistic untuk mengetahui pengaruh variabel dependen dengan variabel independent. Tujuannya ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X1 (Label Halal), X2 (Harga), dan X3 (Kualitas Produk) terhadap Variabel Y (Perilaku Konsumsi Islam). Model analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Perilaku Konsumsi Islam

b_0 : konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi untuk X1, X2, X3

X1 : Label Halal

X2 : Harga

X3 : Kualitas Produk

e : Standar error

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang digunakan untuk menilai apakah sebuah model regresi linear Ordinary Least Squares (OLS) mengalami masalah dengan asumsi-asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi dianggap baik jika nilai residualnya terdistribusi secara normal. Pendekatan untuk mendeteksinya melibatkan observasi penyebaran data pada diagonal dalam sebuah grafik P-P Plot regresi standar, yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan.

b. Multikolinearitas

Multikolinearitas merujuk pada keadaan statistik di mana terdapat hubungan sempurna antara variabel penjelas dan saling bergerak satu sama lain. Kehadiran multikolinearitas dapat meningkatkan variasi parameter estimasi, yang pada gilirannya dapat menyebabkan ketidaksignifikanan variabel penjelas meskipun model yang digunakan sebenarnya benar.

c. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas mengidentifikasikan bahwa dalam suatu model, terdapat variasi residual yang berbeda di antara observasi yang berbeda (Gujarati, 2006). Sebuah penelitian yang baik tentu menghindari adanya heteroskedastisitas. Dalam uji ini, masalahnya muncul dari variasi data cross-section yang digunakan. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk

menguji apakah ada ketidaksetaraan dalam varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

H. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu proses logis dalam penelitian kuantitatif yang merupakan bagian dari statistika inferensial. Penggunaan alat uji statistik dalam uji hipotesis menyediakan hasil yang menjadi dasar analisis pada tahapan penelitian berikutnya (Jim, 2020; Salsburg, 2001).

Tahapan pengujian hipotesis bukanlah sekadar ritual formalitas dalam penelitian kuantitatif, melainkan merupakan suatu kewajiban formal dengan tujuan agar hasil uji dapat digunakan untuk menyimpulkan penelitian dan sekaligus menentukan arah penelitian selanjutnya.

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara parsial (individual) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Statistik uji t ini mengindikasikan sejauh mana satu variabel independen secara individu dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2009:).

- a. Jika tingkat signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_A) diterima, artinya variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_A ditolak, yang berarti variabel independen tidak dapat menjelaskan variabel dependen secara individual.

2. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (Ghozali, 2011). Kriteria hipotesisnya adalah jika nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Jika H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Sebaliknya, jika H_0 ditolak, maka terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa baik model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menandakan keterbatasan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan informasi yang hampir lengkap untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:97).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Takalar merupakan salah satu wilayah administratif yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan. Kabupaten Takalar berada di koordinat 5°031' hingga 5°0381' Lintang Selatan dan 199°0221' hingga 199°0391' Bujur Timur, dengan luas wilayah sebesar 566,51 km². Kabupaten Takalar terletak dibagian Selatan Provinsi Sulawesi Selatan, batas-batas wilayahnya meliputi dibagian utara kota Makassar dan Kabupaten Gowa, dibagian Timur Kabupaten Jeneponto, dibagian Selatan Laut Flores sedangkan dibagian barat selat Makassar.

Di Kabupaten Takalar, produksi makanan kemasan melibatkan usaha kecil dan menengah yang mengutamakan produk lokal seperti keripik, kue tradisional, dan makanan olahan yang berasal dari sektor pertanian dan perikanan. Selain produk makanan kemasan dari luar daerah pun banyak yang masuk ke kabuoaten Takalar. Berbagai jenis makanan kemasan yang dapat ditemui dipasar tradisional maupun pasar modern.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan populasi, konsumsi makanan kemasan di Kabupaten Takalar mengalami peningkatan, yang berkontribusi pada perkembangan berkelanjutan kota tersebut.

2. Makanan Kemasan

Makanan kemasan adalah makanan yang dibungkus dengan rapi dan bersih, serta memiliki masa kedaluwarsa yang memungkinkan untuk dijual dalam periode tertentu. Makanan kemasan dengan rasa manis dan

gurih biasanya mengandung garam, lemak, dan gula tinggi, yang dapat meningkatkan asupan energi dan menambah kalori.

Makanan kemasan adalah produk makanan yang telah diolah dan dikemas untuk memperpanjang masa simpan, mempermudah distribusi, serta meningkatkan kenyamanan bagi konsumen. Makanan kemasan yang dimaksud disini adalah makanan ringan karena Masyarakat mudah mengonsumsi kapan saja dan dimana saja tanpa perlu memerlukan persiapan yang rumit.

Makanan kemasan terus berkembang untuk menyesuaikan dengan perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen, serta untuk menghadapi tantangan lingkungan dan Kesehatan.

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden menunjukkan ciri maupun sifat khusus dalam sebuah kelompok orang yang berkontribusi dalam studi ataupun penelitian.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	n	%
16-25	61	61.0
26-35	20	20.0
36-45	13	13.0
46-55	6	6.0
>55	0	0
Total	100	100.0

Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan table 4.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan usia 16-25 adalah 61 responden (61.0%), usia 26-35 berjumlah 20 responden (20.0%), usia 36-45 berjumlah 13 responden (13.0%), usia 46-55 berjumlah 6 responden (6.0%) dan usia >55 berjumlah 0 atau tidak memiliki jumlah responden.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli makanan kemasandi kabupaten Takalar adalah Masyarakat yang berusia 16-25 tahun.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	n	%
Laki-Laki	37	37.0
Perempuan	63	63.0
Total	100	100.0

Sumber: Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 37 responden (37.0%), sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin Perempuan sebesar 63 responden (63.0%).

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli makanan kemasan di kabupaten Takalar adalah Perempuan.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	n	%
Pelajar	14	14.0
Mahasiswa	30	30.0
Wiraswasta	21	21.0
PNS	3	3.0
Lainnya	32	32.0
Total	100	100.0

Sumber : Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden dengan pekekararjaan pelajar berjumlah 14 responden (14.0%), mahasiswa berjumlah 30 responden (30.0%), wiraswasta berjumlah 21 responden (21.0%), PNS (Pegawai Negeri Sipil) berjumlah 3 responden (3.0%) dan responden dangan pekerjaan selain yang disebutkan adalah 32 responden (32.0%).

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa meyoritas pembeli makanan kemasn di kabupaten Takalar adalah mahasiswa.

d. Karakteristik Berdasarkan Apakah Pernah Membeli Makanan Kemasan

Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Apakah Pernah Membeli Makanan Kemasan

Butir	n	%
YA	100	100.0
TIDAK	0	0
Total	100	100.0

Sumber: Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang telah membeli produk makanan kemasan berjumlah 100 responden (100.0%) dan sesuai dari jumlah responden yang dibutuhkan.

2. Penyajian Data Berdasarkan Deskripsi Variabel

a. Variabel Label Halal (X1)

Hasil tanggapan dari responden terhadap label halal dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Tanggapan Responden terhadap Label Halal

No	Pernyataan	NILAI					n	%	Mean
		SS	S	N	TS	STS			
1	Saya lebih memilih membeli produk dengan label halal dari pada yang tidak memiliki label halal.	85	10	2	2	1	100	100.0	4.76
2	Dengan adanya label halal saya yakin bahan yang digunakan dalam produk makanan kemasan sudah sesuai dengan standar halal.	78	12	5	3	2	100	100.0	4.61
3	Merek yang jelas menyertakan label halal pada produk makanan kemasan mereka lebih memotivasi saya untuk membeli.	76	19	3	1	1	100	100.0	4.68
4	Dengan adanya label halal saya merasa aman mengonsumsi makanan kemasan.	68	15	8	6	3	100	100.0	4.39
5	Saya sering memeriksa apakah suatu produk memiliki label halal sebelum memutuskan untuk membelinya.	69	14	7	6	4	100	100.0	4.38

6	Saya lebih cenderung memilih merek atau produsen yang konsisten menggunakan label halal.	75	13	4	6	2	100	100.0	4.53
7	Saya yakin produk makanan kemasan yang memiliki label halal diproses sesuai syariah.	77	13	4	4	2	100	100.0	4.59
8	Saya cenderung menghindari produk yang tidak memiliki sertifikasi halal.	73	15	4	3	5	100	100.0	4.48
TOTAL									4.55

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas dalam memberikan tanggapan responden lebih dominan atau lebih banyak yang menjawab pada jawaban sangat setuju dan setuju. Jumlah mean atau rata-rata dari 8 item pertanyaan untuk variabel X1 yaitu 4.55. Dengan ini menunjukkan bahwa label halal pada produk makanan kemasan adalah suatu yang sangat diperlukan dalam mengonsumsi suatu makanan bagi konsumen.

b. Variabel Harga (X2)

Hasil tanggapan dari responden terhadap harga dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga

No	Pernyataan	NILAI					n	%	Mean
		SS	S	N	TS	STS			
1	Saya lebih cenderung membeli produk makanan kemasan dengan harga yang sebanding dengan kualitas	68	19	6	5	2	100	100.0	4.46
2	Saya percaya bahwa harga makanan kemasan halal dapat mencerminkan kualitas dan kehalalannya.	66	23	3	3	5	100	100.0	4.42

3	Harga yang terjangkau menjadi faktor utama dalam menentukan minat saya untuk membeli produk makanan kemasan.	64	22	6	4	4	100	100.0	4.38
4	Saya lebih berminat membeli produk makanan kemasan saat ada promo atau diskon.	66	19	8	5	2	100	100.0	4.42
5	Saya lebih berminat mempertimbangkan harga produk makanan kemasan sehubungan dengan kualitasnya sebelum memutuskan untuk membeli.	63	20	10	4	3	100	100.0	4.36
6	Saya percaya bahwa produk makanan kemasan yang halal seharusnya memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya.	62	32	1	3	2	100	100.0	4.49
7	Harga yang relatif tinggi sering kali dianggap sebagai indikator kualitas dan keamanan produk makanan kemasan.	66	22	4	6	2	100	100.0	4.44
8	Jika ada peningkatan harga, saya akan tetap membeli produk makanan kemasan jika melibatkan peningkatan kemanfaatan atau nilai tambah.	64	20	7	6	3	100	100.0	4.36
TOTAL									4.42

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas dalam memberikan tanggapan responden lebih dominan atau lebih banyak yang menjawab pada jawaban sangat setuju dan setuju. Jumlah mean atau rata-rata dari 8 item pertanyaan untuk variabel X2 yaitu 4.42. Dengan ini menunjukkan bahwa harga pada produk makanan kemasan adalah suatu yang sangat diperlukan dalam membeli suatu makanan bagi konsumen.

c. Variabel Kualitas Produk (X3)

Hasil tanggapan dari responden terhadap kualitas produk dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk

No	Pernyataan	NILAI					n	%	Mean
		SS	S	N	TS	STS			
1	Saya memandang kualitas bahan baku pada produk makanan kemasan sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian.	71	18	4	3	4	100	100.0	4.49
2	Kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumsi islam terhadap produk makanan kemasan.	64	25	4	4	3	100	100.0	4.43
3	Saya percaya bahwa produk makanan kemasan yang berkualitas lebih baik untuk Kesehatan saya	68	21	5	5	3	100	100.0	4.42
4	Kualitas rasa dan tekstur produk makanan kemasan sangat memengaruhi pengalaman makan saya	68	20	6	5	1	100	100.0	4.49
5	Masa kadaluwarsa yang jelas dan aman menjadi faktor yang penting dalam pembelian produk makanan kemasan.	77	17	3	4	2	100	100.0	4.60
6	Kepercayaan saya pada kualitas produk makanan kemasan mencerminkan prinsip ta'awun (kerjasama) dalam ekonomi Islam.	67	24	5	3	1	100	100.0	4.53

7	Sertifikasi halal pada produk makanan kemasan dianggap penting sebagai jaminan kualitas produk dalam pandangan ekonomi Islam.	752	12	4	5	4	100	100.0	4.49
8	Nutrisi dan dampak kesehatan dari produk makanan kemasan berpengaruh pada perilaku konsumsi islam.	73	19	5	1	2	100	100.0	4.60
TOTAL									4.51

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas dalam memberikan tanggapan responden lebih dominan atau lebih banyak yang menjawab pada jawaban sangat setuju dan setuju. Jumlah mean atau rata-rata dari 8 item pertanyaan untuk variabel X3 yaitu 4.51. Dengan ini menunjukkan bahwa kualitas produk pada produk makanan kemasan adalah suatu yang sangat diperlukan dalam mengonsumsi suatu makanan pada konsumen.

d. Variabel Perilaku Konsumsi Islam (Y)

Hasil tanggapan dari responden terhadap perilaku konsumsi islam dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Konsumsi Islam

No	Pernyataan	NILAI					n	%	Mean
		SS	S	N	TS	STS			
1	Kepuasan saya terhadap rasa makanan berpengaruh besar terhadap keputusan saya membeli pada suatu produk.	74	17	3	4	2	100	100.0	4.57
2	Kemasan produk yang jelas menyatakan kehalalan menjadi faktor penting dalam memilih makanan.	70	16	7	4	3	100	100.0	4.46

3	Kualitas bahan baku dan proses produksi yang halal memiliki pengaruh besar pada perilaku konsumsi islam.	66	23	5	3	3	100	100.0	4.46
4	Inovasi dalam jenis makanan halal dapat meningkatkan keinginan saya membeli produk baru.	66	20	8	4	2	100	100.0	4.44
5	Saya lebih cenderung membeli makanan dari produsen yang memiliki sertifikasi halal.	73	16	3	4	4	100	100.0	4.5
6	Harga yang terjangkau menjadi faktor penting dalam menentukan perilaku konsumsi islam terhadap makanan..	67	21	7	3	2	100	100.0	4.48
7	Saya lebih memilih makanan kemasan dari brand yang dikenal memiliki komitmen terhadap produk halal.	68	20	6	4	2	100	100.0	4.48
8	Kualitas rasa makanan sangat memengaruhi kepuasan saya terhadap suatu produk.	73	19	3	3	2	100	100.0	4.48
TOTAL									4.48

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas dalam memberikan tanggapan responden lebih dominan atau lebih banyak yang menjawab pada jawaban sangat setuju dan setuju. Jumlah mean atau rata-rata dari 8 item pertanyaan untuk variabel Y yaitu 4.48. Dengan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi islam pada produk makanan kemasan tergantung pada faktor label halal, harga dan kualitas produk. Saat konsumen membeli produk makanan kemasan maka konsumen tersebut telah memberi kepercayaan terhadap kualitas produknya.

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

1. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu indikator yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan. Tingkat validitas instrumen yang semakin tinggi mencerminkan akurasi yang lebih besar dalam pengukuran suatu data.

Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data kuesioner valid atau tidak. Dalam Uji ini, Suatu item/ Pernyataan dikatakan valid apabila taraf signifikansi $< 0,05$ dan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dimana r_{hitung} yaitu nilai-nilai yang berada dalam kolom "*Corrected Item Total Correlation*" sedangkan r_{tabel} yaitu berisi angka yang digunakan dalam menguji berbagai kemungkinan hasil validitas data pada suatu penelitian. Dalam derajat kebebasan (df) menggunakan rumus:

$$df = n - 2$$

keterangan:

df= derajat bebas

n= jumlah sampel

penyelesaian:

$$df = n - 2$$

$$df = 100 - 2$$

$$df = 98$$

Jadi dari hasil perhitungan diperoleh $df = 98$ atau $r_{tabel} = 0.196$ dengan Tingkat signifikansi 0.05 (5%).

1. Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal (X1)

Tabel 4.9
Hasil Ringkasan Uji Validitas Variabel X1

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	0.711	0.196	Valid
X1.2	0.801	0.196	Valid
X1.3	0.747	0.196	Valid
X1.4	0.538	0.196	Valid
X1.5	0.662	0.196	Valid
X1.6	0.771	0.196	Valid
X1.7	0.835	0.196	Valid
X1.8	0.646	0.196	Valid

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan item atau pernyataan yang berjumlah delapan (8) pada variabel X1 (Label Halal) dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0.196 sehingga layak dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Tabel 4.10
Hasil Ringkasan Uji Validitas Variabel X2

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	0.602	0.196	Valid
X1.2	0.522	0.196	Valid
X1.3	0.684	0.196	Valid
X1.4	0.474	0.196	Valid
X1.5	0.588	0.196	Valid
X1.6	0.591	0.196	Valid
X1.7	0.720	0.196	Valid
X1.8	0.725	0.196	Valid

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan item atau pernyataan yang berjumlah delapan (8) pada variabel X2 (Harga) dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0.196 sehingga layak dinyatakan valid.

3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)

Tabel 4.11
Hasil Ringkasan Uji Validitas Variabel X3

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	0.711	0.196	Valid
X1.2	0.801	0.196	Valid
X1.3	0.747	0.196	Valid
X1.4	0.538	0.196	Valid
X1.5	0.662	0.196	Valid
X1.6	0.771	0.196	Valid
X1.7	0.835	0.196	Valid
X1.8	0.646	0.196	Valid

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan item atau pernyataan yang berjumlah delapan (8) pada variabel X3 (Kualitas Produk) dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0.196 sehingga layak dinyatakan valid.

4. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi Islam (Y)

Tabel 4.12
Hasil Ringkasan Uji Validitas Variabel Y

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	0.756	0.196	Valid
X1.2	0.717	0.196	Valid
X1.3	0.781	0.196	Valid
X1.4	0.736	0.196	Valid
X1.5	0.619	0.196	Valid
X1.6	0.620	0.196	Valid
X1.7	0.456	0.196	Valid
X1.8	0.802	0.196	Valid

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan item atau pernyataan yang berjumlah delapan (8) pada variabel Y (Perilaku Konsumsi Islam) dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0.196 sehingga layak dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah untuk menilai apakah item atau pernyataan penelitian dapat diandalkan dan dipercaya. Nilai reliabilitas diukur menggunakan “*cronbach alpha*” untuk setiap variabel penelitian. Jika nilai “*cronbach alpha*” $> 0,6$, maka pernyataan tersebut dianggap reliabel begitupun sebaliknya jika nilai “*cronbach alpha*” $< 0,6$ maka pernyataan tersebut dianggap tidak reliabel. Berikut adalah tabel uji reliabelitas dalam penelitian ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabelitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	n	Keterangan
Label Halal	0.863	8	Reliabel
Harga	0.762	8	Reliabel
Kualitas Produk	0.863	8	Reliabel
Perilaku Konsumsi Islam	0.837	8	Reliabel

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach alpha* variabel independent $> 0,6$ yaitu pada Label halal $0.863 > 0,6$, Harga $0.762 > 0,6$, Kualitas produk $0.863 > 0,6$ dan Perilaku Konsumsi Islam $0.837 > 0,6$. Jadi kesimpulannya setiap variabel digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda adalah teknik statistic untuk mengetahui pengaruh variabel dependen dengan variabel independent. Tujuannya ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X1 (Label Halal), X2 (Harga), dan X3

(Kualitas Produk) terhadap Variabel Y (Perilaku Konsumsi Islam).

Berdasarkan hasil dari uji regresi linier berganda ini sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.853	2.449		1.982	.050
	LABEL HALAL	.057	.109	.051	.526	.600
	HARGA	.236	.110	.223	2.153	.034
	KUALITAS PRODUK	.575	.097	.596	5.932	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI ISLAM
Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Pada persamaan regresi linier berganda diatas yang di olah dengan

SPSS 24 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4.853 + 0.057X_1 + 0.236X_2 + 0.575X_3 + e$$

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta perilaku konsumsi islam (Y) sebesar 4.853 yang menyatakan jika variabel X1,X2,X3 sama dengan nol atau bernilai 0 yaitu label halal, harga, dan kualitas produk, maka nilai perilaku konsumsi islam (Y) adalah sebesar 4.853.
2. Koefisien regresi variabel label halal (X1) sebesar 0.057 berarti bahwa setiap terjadinya peningkatan variabel X1 (label halal) sebesar 1% maka perilaku konsumsi islam akan meningkat sebesar 0.057 dengan asumsi bahwa variabel independent lainnya dianggap konstan.

3. Koefisien regresi variabel Harga (X2) sebesar 0.236 berarti bahwa setiap terjadinya peningkatan variabel X2 (hargal) sebesar 1% maka perilaku konsumsi islam akan meningkat sebesar 0.236 dengan asumsi bahwa variabel independent lainnya dianggap konstan.
4. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X3) sebesar 0.575 berarti bahwa setiap terjadinya peningkatan variabel X3 (kualitas produk) sebesar 1% maka perilaku konsumsi islam akan meningkat sebesar 0.575 dengan asumsi bahwa variabel independent lainnya dianggap konstan.

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pada uji ini digunakan untuk menilai apakah data variabel independen dan dependen dalam persamaan regresi berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah one sample *Kolmogorov-Smirnov*. *Kolmogorov-Smirnov* memiliki ketentuan bahwa jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.15
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.89795199
Most Extreme Differences	Absolute	.133
	Positive	.090

	Negative		- .133
Test Statistic			.133
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.052 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.046
		Upper Bound	.058

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.
Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas terdapat bahwa nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi dengan normal. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai signifikan 0.052.jadi variabel independent dan variabel dependen adalah sebesar 0.052 dari jumlah sampel 100. Nilai 0.052 > dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas berdistribusi normal. Sehingga model pada regresi ini bisa digunakan untuk uji hipotesis.

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mengukur tingkat keterkaitan antara variabel independen (seperti label halal, harga, dan kualitas produk) dengan melihat besaran koefisien korelasi. Jika nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka tidak ada multikolinearitas yang terjadi.

Tabel 4.16
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.853	2.449		1.982	.050		
X1	.057	.109	.051	.526	.600	.357	2.800
X2	.236	.110	.223	2.153	.034	.309	3.233

X3	.575	.097	.596	5.932	.000	.330	3.034
----	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Y
Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas. Hal ini dapat di buktikan dengan menilai *tolerance* masing - masing variabel independent X1 (0.357), X2 (0.309) dan X3 (0.330) yang mana lebih besar dari *tolerance value* sebesar 0,1. Serta dapat ditinjau dengan nilai VIF masing-masing variabel, X1 (2.800), X2 (3.233), X3 (3.034) yang mana kurang dari *variance inflation factor* (VIF) sebesar 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengevaluasi apakah ada ketidaksamaan varian residual di seluruh pengamatan dalam model regresi linear. Metode yang digunakan adalah Uji Glejser. Jika nilai signifikansi > 0,05, maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas.

Tabel 4.17
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.385	1.646		5.094	.000
	label halal	-.132	.073	-.286	-1.803	.075
	harga	-.048	.074	-.110	-.645	.520
	kualitas produk	.003	.065	.007	.040	.968

a. Dependent Variable: ABS_RES
Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas bahwa pada masing – masing variabel independent yaitu label halal (X1), memiliki nilai signifikan 0.075, harga (X2) sebesar 0.520, kualitas produk (X3) sebesar 0.968.

karena nilai signifikan variabel-variabel tersebut > 0.05 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

e. Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen (label halal, harga, dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (perilaku konsumsi islam) secara individual. Sebelum menentukan uji parsial, terlebih dahulu menentukan t_{tabel} , yaitu:

$$df = 0,05/2 ; n - k - 1$$

$$df = 0,025 ; 100 - 3 - 1$$

$$df = 0,025 ; 96 = 1,984$$

jadi, nilai t_{tabel} nya adalah 1,984

Dalam uji signifikansi parsial memiliki beberapa ketentuan antara lain :

- a. Jika tingkat signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_A) diterima, artinya variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_A ditolak, yang berarti variabel independen tidak dapat menjelaskan variabel dependen secara individual.

Tabel 4.18
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.853	2.449		1.982	.050
	label halal	.057	.109	.051	.526	.600
	harga	.236	.110	.223	2.153	.034
	kualitas produk	.575	.097	.596	5.932	.000

a. Dependent Variable: perilaku konsumsi islam
Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh hasil uji t atau parsial sebagai berikut:

1. Berdasarkan Label Halal (X1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 0,526 < t_{tabel} sebesar 1,984 dan Tingkat signifikan 0,600 > 0,05. Dengan kata lain bahwa H0 diterima dan HA ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa label halal (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada produk makanan kemasan oleh di kabupaten Takalar.
2. Berdasarkan Harga (X2) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,153 > t_{tabel} sebesar 1,984 dan Tingkat signifikan 0,034 < 0,05. Dengan kata lain bahwa Ha diterima dan H0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada produk makanan kemasan oleh di kabupaten Takalar.
3. Berdasarkan Kualitas Produk (X3) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,932 > t_{tabel} sebesar 1,984 dan Tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Dengan kata lain bahwa Ha diterima dan H0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk

(X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada produk makanan kemasan oleh di kabupaten Takalar.

2. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) digunakan untuk menilai apakah semua variabel independen (label halal, religiositas, dan kualitas produk) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Sebelum menentukan uji simultan, terlebih dahulu menentukan F_{tabel} , yaitu:

$$df = k : (n - k)$$

$$df = 4 : (100 - 4)$$

$$df = 4 : 96 = 2,47$$

jadi, nilai F_{tabel} yaitu 2,47

Tabel 4.19
Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1769.496	3	589.832	68.105	.000 ^b
	Residual	831.414	96	8.661		
	Total	2600.910	99			

a. Dependent Variable: perilaku konsumsi islam

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, label halal, harga
Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas dari hasil uji f (simultan) diperoleh bahwa nilai F_{hitung} sebesar 68,105 sedangkan nilai f_{tabel} 2,47 sehingga menjelaskan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $68,105 > 2,47$. Pada nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent (label halal, religiositas, dan kuliatas produk) terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan

(Bersama-sama) terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan.

3. Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R -square/ r^2) digunakan untuk menentukan variabel independen (label halal, harga, dan kualitas produk) mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen (perilaku konsumsi islam).

Tabel 4.20
Uji koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.670	2.943

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, label halal, harga

Sumber Data Diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel diatas dari uji koefisien determinasi bahwa diperoleh nilai R sebesar 0.825. dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,680 yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas yakni label halal, harga, dan kualitas produk terhadap variabel tetap yakni perilaku konsumsi islam sebesar 68.0% Sedangkan 42.0% di pengaruhi oleh variabel lain .

2. Pembahasan

Label halal merupakan pencantuman tulisan halal taupun logo yang tersusun dari huruf-huruf arab yang membentuk kata halal dalam sebuah kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud itu sebagai produk halal. Allah SWT berfiman dalam QS. Al-Maidah/5:88.

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Terjemahnya:

Makanlah apa yang telah Allah anugrahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman

Pada ayat ini Allah SWT memerintahkan kepada kita sebagai umat muslim untuk memakan makanan yang halal dan baik, serta agar bertawakkal kepada Allah Swt.

Harga merupakan sebagai nilai suatu produk, baik barang maupun jasa, yang diukur dengan nilai uang. Konsep harga produk mencakup jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh atau menggunakan suatu produk atau layanan. Kehadiran harga menjadi elemen krusial dalam bidang pemasaran dan ekonomi, karena dapat berpengaruh terhadap permintaan, penjualan, serta keuntungan suatu perusahaan.

Kualitas produk adalah tingkat di mana produk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Ini melibatkan berbagai aspek seperti performa, keandalan, daya tahan, fitur, kesesuaian dengan spesifikasi, dan estetika. Produk yang berkualitas tinggi biasanya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara konsisten serta memberikan pengalaman yang memuaskan.

Sampel dalam penelitian ini adalah Masyarakat muslim di kabupaten Takalar . Berdasarkan hasil penelitian bahwa label halal (X1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $0,526 < t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dan Tingkat signifikan $0,600 > 0,05$. Dengan kata lain bahwa H_0 diterima dan H_A ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa label halal (X1) tidak

berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada produk makanan kemasan oleh di kabupaten Takalar. Penelitian ini menunjukkan hasil yang serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Izzuddin (2018), di mana ditemukan bahwa label halal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Meskipun produk tersebut tidak memiliki label halal, responden tetap membelinya. Hal ini menunjukkan bahwa label halal tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

Harga (X2) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,153 > t_{tabel} sebesar 1,984 dan Tingkat signifikan 0,034 < 0,05. Dengan kata lain bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada produk makanan kemasan oleh di kabupaten Takalar. Sedangkan Kualitas Produk (X3) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,932 > t_{tabel} sebesar 1,984 dan Tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Dengan kata lain bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada produk makanan kemasan oleh di kabupaten Takalar.

Dari hasil Uji F diperoleh bahwa nilai F_{hitung} sebesar 68,105 sedangkan nilai f_{tabel} 2,47 sehingga menjelaskan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 68,105 > 2,47. Pada nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent (label halal, religiositas, dan kualitas produk) terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (Bersama-sama) terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan.

Dari hasil uji koefisien determinasi bahwa diperoleh nilai R sebesar 0.825. dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,670 yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas yakni label halal, harga, dan kualitas produk terhadap variabel tetap yakni perilaku konsumsi islam sebesar 67.0%.

Penelitian ini berkontribusi dalam bidang ekonomi islam dimana Penelitian ini membantu mengidentifikasi bagaimana konsumen Muslim di Kabupaten Takalar mengambil keputusan pembelian terkait makanan kemasan. Hal ini mencakup pemahaman tentang sejauh mana label halal, harga, dan kualitas produk mempengaruhi pilihan mereka, yang dapat memberikan informasi untuk strategi pemasaran yang lebih efektif dan selaras dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada Pemerintah dalam merancang kebijakan yang lebih efektif terkait sertifikasi halal dan regulasi harga produk makanan kemasan. Hal ini penting untuk melindungi konsumen Muslim dari produk yang tidak sesuai dengan prinsip halal serta memastikan ketersediaan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat di simpulkan bahwa :

1. Label Halal tidak pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan di kabupaten Takalar Karena berdasarkan hasil penelitian bahwa label halal (X1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $0,526 < t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dan Tingkat signifikan $0,600 > 0,05$. Dengan kata lain bahwa H_0 diterima dan H_A ditolak.
2. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan di kabupaten Takalar karena berdasarkan hasil penelitian bahwa Harga (X2) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,153 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dan Tingkat signifikan $0,034 < 0,05$. Dengan kata lain bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.
3. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi islam pada makanan kemasan di kabupaten Takalar karena berdasarkan hasil penelitian bahwa Kualitas Produk (X3) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $5,932 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dan Tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan kata lain bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan Kesimpulan penelitian diatas maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan atau produsen makanan dan minuman kemasan impor diharapkan untuk mengajukan sertifikasi halal bagi produk mereka yang belum memiliki label halal. Dengan adanya label halal pada produk makanan kemasan, hasil penjualan produk tersebut dapat meningkat.

2. Untuk Masyarakat sebagai konsumen harus bijak dalam membeli produk makanan dan minuman kemasan impor dengan memperhatikan ada tidaknya logo halal pada kemasan tersebut. Hal ini penting karena masih ada produk makanan dan minuman impor yang sudah dipasarkan namun belum memiliki logo halal MUI.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam, termasuk mengukur label halal, harga, dan kualitas produk dengan jumlah sampel yang lebih besar.



DAFTAR PUSTAKA

- Adenin, S. (2017). Makna Al-Dam menurut perspektif Al-Quran (Kajian Tafsir Tematik dan Kaitannya dengan Ilmu Kesehatan). UIN Suska Riau.
- Adianti, S. N., & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-fatih Global Mulia*, 5(1), 45-56.
- Aisy, N. S. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Snack Kemasan (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh persepsi label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fesyen muslim (survei pada pelanggan produk zoya muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1).
- Akbar, A. S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald's Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 59-68.
- Amaliah, D., & Zulpawati, Z. (2024). Pengaruh Label Halal, Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Skincare Melalui Aplikasi Tiktok Pada Masyarakat Di Kota Mataram. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 703-713.
- Anggraini, D. S. (2024). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa Febi Uin Sts Jambi). *Journal of Islamic Economy*, 1(1).
- Fajirin, F. B., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif di Surabaya). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 156-167.
- Haryono, E. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *An-Nuur*, 13(2).
- Hendarsono, G. (2013). Analisa pengaruh Experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen cafe buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.

- Ittiam, M. F., & Nizar, M. (2020). Pengaruh label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), harga pada oleh-oleh makanan khas Pasuruan terhadap minat beli dan keputusan pembelian. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 311-326.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Makanan Kuliner, *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114
- Kahf, M. (2022). *Ayat Dan Hadits Tentang Ekonomi*. Komite Nasional dan Keuangan Syariah (KNES): Jakarta Pusat
- Luthfatul, A., & Afandi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswa di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 336-347.
- Kurniaputri, M. R. (2020). Brand equity dan labelisasi halal dalam pengaruhnya terhadap minat beli produk Lifebuoy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 450-458.
- Kurniawati, D., & Sumarji, S. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Sikap, Dan Norma Subyektif Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Dalam Konsumsi Produk Pangan Halal Di Kabupaten Nganjuk. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 18(1), 49-52.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). Pengaruh Islamic branding, kualitas produk, dan lifestyle terhadap minat pembelian produk skincare pada generasi millennial di Kabupaten Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 289-302.
- Mega, A. (2018). Pengaruh Brand Image Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Baju Mulim Elizatta Ponorogo City Center (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Nafilah, K., Widarko, A., & ABS, M. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Yang Mengonsumsi Mie Instan). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(16).
- Parida, L., Arsa, A., & Subhan, M. (2023). Pengaruh Harga, Kemasan, Rasa, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Pada

Usaha Gelamai Perentak Kecamatan Bangko Kabupaten Merangin). *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(4), 112-126.

Purwanza, S. W. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi*. CV. Media Sains Indonesia.

Rafikasari, E. F., & Fauzy, N. E. N. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk "Le Minerale". *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(2), 266-284.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia, ban Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. bantul-yogyakarta

Shobri, H., Sugianto, S., & Harahap, M. I. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Pembelian Produk Makanan Impor Kemasan. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(02).

Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk (studi kasus pada konsumen produk PT. HNI HPAI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*, 1(2), 399-413.

Sopingi, I., Santoso, R. P., & Haryanti, P. (2023, October). Kualitas Produk Dan Harga Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Labelisasi Halal. In *Prosiding Seminar Nasional Sainsteknopak* (Vol. 7, No. 1, pp. 85-93).

Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *EKOBIS SYARIAH*, 2(1), 44-50.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.

Qardhawi, Y. (1993). "Halal Haram dalam Islam." Surakarta: Era Media.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAM, PADA MAKANAN KEMASAN DI KABUPATEN TAKALAR

IDENTITAS RESPONDEN:

Nama :

Pekerjaan :

Usia :

Jenis Kelamin :

PETUNJUK PENGISIAN:

Saudara/I diminta untuk mengisi jawaban yang sebenar-benarnya dengan memberikan tanda centang pada salah satu kotak table yang sesuai dengan jawaban anda

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Tabel Kuesioner penelitian

Label Halal (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya lebih memilih membeli produk dengan label halal dari pada yang tidak memiliki label halal.					
2	Dengan adanya label halal saya yakin bahan yang digunakan dalam produk makanan kemasan sudah sesuai dengan standar halal.					
3	Merek yang jelas menyertakan label halal pada produk makanan kemasan mereka lebih memotivasi saya untuk membeli.					
4	Dengan adanya label halal saya merasa aman mengonsumsi makanan kemasan.					
5	Saya sering memeriksa apakah suatu produk memiliki label halal sebelum memutuskan untuk membelinya.					
6	Saya lebih cenderung memilih merek atau produsen yang konsisten menggunakan label halal.					
7	Saya yakin prouk makanan kemasan yang memiliki label halal diproses sesuai syariah.					
8	Saya cenderung menghindari produk yang tidak memiliki sertifikasi halal.					

Harga (X2)

No	pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya lebih cenderung membeli produk makanan kemasan dengan harga yang sebanding dengan kualitas					
2	Saya percaya bahwa harga makanan kemasan halal dapat mencerminkan kualitas dan kehalalannya.					
3	Harga yang terjangkau menjadi faktor utama dalam menentukan minat saya untuk membeli produk makanan kemasan.					
4	Saya lebih berminat membeli produk makanan kemasan saat ada promo atau diskon.					
5	Saya lebih berminat mempertimbangkan harga produk makanan kemasan sehubungan dengan kualitasnya sebelum memutuskan untuk membeli.					
6	Saya percaya bahwa produk makanan kemasan yang halal seharusnya memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya.					

7	Harga yang relatif tinggi sering kali dianggap sebagai indikator kualitas dan keamanan produk makanan kemasan.					
8	Jika ada peningkatan harga, saya akan tetap membeli produk makanan kemasan jika melibatkan peningkatan kemanfaatan atau nilai tambah.					

Kualitas produk (X3)

No	pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memandang kualitas bahan baku pada produk makanan kemasan sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian.					
2	Kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumsi islam terhadap produk makanan kemasan.					
3	Saya percaya bahwa produk makanan kemasan yang berkualitas lebih baik untuk Kesehatan saya					
4	Kualitas rasa dan tekstur produk makanan kemasan sangat memengaruhi pengalaman makan saya					
5	Masa kadaluwarsa yang jelas dan aman menjadi faktor yang penting dalam pembelian produk makanan kemasan.					
6	Kepercayaan saya pada kualitas produk makanan kemasan mencerminkan prinsip ta'awun (kerjasama) dalam ekonomi Islam.					
7	Sertifikasi halal pada produk makanan kemasan dianggap penting sebagai jaminan kualitas produk dalam pandangan ekonomi Islam.					
8	Nutrisi dan dampak kesehatan dari produk makanan kemasan berpengaruh pada perilaku konsumsi islam.					

Perilaku Konsumsi Islam (Y)

No	pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Kepuasan saya terhadap rasa makanan berpengaruh besar terhadap keputusan saya membeli pada suatu produk.					
2	Kemasan produk yang jelas menyatakan kehalalan menjadi faktor penting dalam memilih makanan.					
3	Kualitas bahan baku dan proses produksi yang halal memiliki pengaruh besar pada perilaku konsumsi islam.					

4	Inovasi dalam jenis makanan halal dapat meningkatkan keinginan saya membeli produk baru.					
5	Saya lebih cenderung membeli makanan dari produsen yang memiliki sertifikasi halal.					
6	Harga yang terjangkau menjadi faktor penting dalam menentukan perilaku konsumsi islam terhadap makanan..					
7	Saya lebih memilih makanan kemasan dari brand yang dikenal memiliki komitmen terhadap produk halal.					
8	Kualitas rasa makanan sangat memengaruhi kepuasan saya terhadap suatu produk.					

Lampiran 2 Tabulasi Data

1. Hasil Kuesioner

No	Nama	LABEL HALAL (X1)								total
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	Responden 1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	Responden 2	5	5	5	5	4	5	5	5	39
3	Responden 3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	Responden 4	5	5	5	5	5	5	5	1	36
5	Responden 5	5	5	5	4	5	5	5	5	39
6	Responden 6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	Responden 7	5	5	5	5	4	4	5	4	37
8	Responden 8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	Responden 9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	Responden 10	5	5	5	5	5	5	3	5	38
11	Responden 11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	Responden 12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	Responden 13	5	5	4	4	5	4	4	4	35
14	Responden 14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	Responden 15	5	5	4	5	4	4	4	4	35
16	Responden 16	5	4	5	3	4	5	4	5	35
17	Responden 17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	Responden 18	5	4	4	5	5	5	4	5	37
19	Responden 19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	Responden 20	5	5	5	5	5	5	4	5	39

59	Responden 59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	Responden 60	4	5	5	5	5	5	5	5	39
61	Responden 61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	Responden 62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	Responden 63	5	4	4	4	4	5	5	5	36
64	Responden 64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	Responden 65	5	5	4	5	5	5	5	5	39
66	Responden 66	5	5	4	5	5	5	5	5	39
67	Responden 67	5	5	5	5	4	5	5	5	39
68	Responden 68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	Responden 69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	Responden 70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	Responden 71	5	2	5	3	2	5	4	2	28
72	Responden 72	5	5	4	4	2	2	5	1	28
73	Responden 73	4	5	4	5	5	5	1	5	34
74	Responden 74	5	5	5	5	1	2	5	5	33
75	Responden 75	5	5	5	3	1	2	4	4	29
76	Responden 76	4	5	5	5	4	4	5	4	36
77	Responden 77	1	5	3	2	1	4	5	1	22
78	Responden 78	2	3	2	1	5	1	2	3	19
79	Responden 79	5	5	5	2	5	3	5	5	35
80	Responden 80	2	1	1	5	3	3	5	5	25
81	Responden 81	4	2	5	1	2	5	1	5	25
82	Responden 82	5	1	5	3	1	2	5	5	27
83	Responden 83	5	5	5	2	3	5	5	5	35
84	Responden 84	5	5	4	1	3	5	2	5	30
85	Responden 85	5	5	4	5	5	5	2	5	36
86	Responden 86	5	5	5	4	2	5	5	1	32
87	Responden 87	5	5	4	4	2	5	5	5	35
88	Responden 88	5	3	5	4	5	4	4	5	35
89	Responden 89	5	5	4	3	5	2	5	5	34
90	Responden 90	5	5	5	4	5	3	5	5	37
91	Responden 91	5	4	5	5	5	4	5	4	37
92	Responden 92	5	5	4	2	3	5	5	1	30
93	Responden 93	4	3	5	2	5	5	4	5	33
94	Responden 94	5	3	5	5	5	5	3	2	33
95	Responden 95	4	3	5	5	2	5	5	5	34
96	Responden 96	4	5	5	3	5	5	5	4	36

97	Responden 97	5	4	5	3	5	2	5	3	32
98	Responden 98	5	4	5	5	3	5	5	4	36
99	Responden 99	5	2	5	5	4	5	2	5	33
100	Responden 100	5	4	3	2	4	1	5	5	29

No	Nama	HARGA(X2)								total
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	Responden 1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	Responden 2	5	4	5	5	4	5	4	5	37
3	Responden 3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	Responden 4	2	5	3	3	3	4	3	2	25
5	Responden 5	5	4	4	3	4	5	5	4	34
6	Responden 6	5	5	4	4	4	4	4	4	34
7	Responden 7	5	5	2	4	4	4	4	3	31
8	Responden 8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	Responden 9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	Responden 10	4	4	4	2	4	5	4	4	31
11	Responden 11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	Responden 12	5	5	5	5	5	4	4	4	37
13	Responden 13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	Responden 14	5	5	5	4	4	5	4	5	37
15	Responden 15	4	4	4	4	3	3	3	2	27
16	Responden 16	5	5	3	3	3	5	4	4	32
17	Responden 17	5	4	5	5	5	4	5	4	37
18	Responden 18	4	5	4	4	3	4	3	3	30
19	Responden 19	4	5	4	4	4	4	4	4	33
20	Responden 20	4	4	4	4	3	5	5	4	33
21	Responden 21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	Responden 22	3	3	4	4	3	4	4	3	28
23	Responden 23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	Responden 24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	Responden 25	5	5	5	5	4	5	5	5	39
26	Responden 26	5	5	4	4	4	5	5	5	37
27	Responden 27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	Responden 28	4	5	5	5	5	4	5	5	38
29	Responden 29	5	5	5	5	4	5	5	4	38

68	Responden 68	5	5	5	5	5	4	5	5	39
69	Responden 69	5	5	5	5	5	4	5	5	39
70	Responden 70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	Responden 71	3	4	4	5	5	4	4	5	34
72	Responden 72	4	2	5	3	1	4	4	4	27
73	Responden 73	5	5	4	5	5	5	5	5	39
74	Responden 74	2	2	1	5	5	4	4	1	24
75	Responden 75	1	4	5	5	5	4	1	3	28
76	Responden 76	4	1	4	5	5	4	2	4	29
77	Responden 77	1	5	3	1	4	4	1	2	21
78	Responden 78	5	3	1	3	2	2	2	1	19
79	Responden 79	5	5	4	2	5	4	5	4	34
80	Responden 80	3	1	2	5	2	1	5	5	24
81	Responden 81	3	1	1	5	5	5	2	5	27
82	Responden 82	5	4	2	2	5	5	5	5	33
83	Responden 83	5	4	5	2	5	5	4	5	35
84	Responden 84	5	5	4	5	3	5	3	2	32
85	Responden 85	5	5	5	4	1	5	5	5	35
86	Responden 86	5	4	5	5	2	5	5	5	36
87	Responden 87	2	5	1	5	4	2	5	5	29
88	Responden 88	2	5	5	5	3	5	2	5	32
89	Responden 89	5	1	5	5	3	5	5	2	31
90	Responden 90	2	5	3	4	5	4	2	5	30
91	Responden 91	5	2	5	5	5	4	5	5	36
92	Responden 92	5	4	5	2	5	1	5	5	32
93	Responden 93	5	5	3	3	5	5	5	4	35
94	Responden 94	5	3	2	4	5	5	5	3	32
95	Responden 95	5	5	5	1	5	5	4	5	35
96	Responden 96	5	4	5	5	5	5	5	5	39
97	Responden 97	5	4	5	5	1	2	2	1	25
98	Responden 98	5	1	5	5	5	4	5	5	35
99	Responden 99	5	5	5	3	2	5	4	3	32
100	Responden 100	3	5	3	5	5	5	5	5	36

No	Nama	KUALITAS PRODUK(X3)								total
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
1	Responden 1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	Responden 2	5	5	4	4	5	4	5	4	36
3	Responden 3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	Responden 4	3	3	2	3	4	4	3	3	25
5	Responden 5	4	5	5	5	5	5	5	5	39
6	Responden 6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	Responden 7	4	4	5	4	5	5	5	2	34
8	Responden 8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	Responden 9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	Responden 10	4	4	5	4	5	5	5	5	37
11	Responden 11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	Responden 12	5	5	4	5	5	5	5	5	39
13	Responden 13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	Responden 14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	Responden 15	4	5	2	2	3	3	3	4	26
16	Responden 16	5	4	4	5	5	4	5	5	37
17	Responden 17	4	4	4	5	5	5	5	5	37
18	Responden 18	3	4	4	3	5	4	5	4	32
19	Responden 19	4	4	4	3	4	4	5	4	32
20	Responden 20	4	4	4	4	5	4	4	4	33
21	Responden 21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	Responden 22	3	4	3	4	3	3	3	3	26
23	Responden 23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	Responden 24	5	5	4	4	5	4	5	5	37
25	Responden 25	5	4	4	4	5	5	5	5	37
26	Responden 26	5	5	5	4	4	4	4	3	34
27	Responden 27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	Responden 28	5	4	5	5	5	4	5	5	38
29	Responden 29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	Responden 30	5	5	5	4	5	5	5	5	39
31	Responden 31	5	5	4	4	5	5	5	5	38
32	Responden 32	5	4	5	5	5	5	5	5	39
33	Responden 33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	Responden 34	4	5	5	5	5	4	5	5	38
35	Responden 35	5	4	4	4	5	5	5	5	37

36	Responden 36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	Responden 37	5	4	5	5	5	5	5	5	39
38	Responden 38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	Responden 39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	Responden 40	5	4	5	5	5	5	5	5	39
41	Responden 41	4	4	5	5	5	4	5	4	36
42	Responden 42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	Responden 43	5	4	5	4	5	5	5	5	38
44	Responden 44	5	5	5	5	5	4	4	4	37
45	Responden 45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	Responden 46	4	4	5	5	4	5	5	5	37
47	Responden 47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	Responden 48	4	5	5	4	5	5	5	5	38
49	Responden 49	4	5	5	5	5	5	4	5	38
50	Responden 50	5	4	5	5	5	5	5	4	38
51	Responden 51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	Responden 52	5	5	4	5	5	5	5	5	39
53	Responden 53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	Responden 54	5	5	5	4	5	5	5	5	39
55	Responden 55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	Responden 56	5	5	5	5	4	4	5	5	38
57	Responden 57	5	5	5	4	5	5	5	5	39
58	Responden 58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	Responden 59	5	5	5	5	4	5	5	5	39
60	Responden 60	5	5	5	5	5	5	4	5	39
61	Responden 61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	Responden 62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	Responden 63	5	5	4	5	5	5	5	5	39
64	Responden 64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	Responden 65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	Responden 66	5	5	5	5	5	4	5	5	39
67	Responden 67	5	5	4	5	5	5	5	5	39
68	Responden 68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	Responden 69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	Responden 70	4	5	5	5	5	5	5	5	39
71	Responden 71	5	5	5	5	4	4	5	4	37
72	Responden 72	5	4	3	5	4	4	2	4	31
73	Responden 73	5	3	5	5	5	5	5	5	38

7	Responden 7	4	5	5	5	2	2	5	5	33
8	Responden 8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	Responden 9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	Responden 10	4	5	4	3	5	5	4	4	34
11	Responden 11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	Responden 12	5	3	5	5	5	5	5	5	38
13	Responden 13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	Responden 14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	Responden 15	4	3	4	3	3	3	4	4	28
16	Responden 16	5	4	5	4	5	5	5	5	38
17	Responden 17	5	5	4	4	4	4	4	4	34
18	Responden 18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	Responden 19	5	5	4	4	5	4	5	4	36
20	Responden 20	4	5	4	4	4	4	5	5	35
21	Responden 21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	Responden 22	3	3	3	3	3	3	3	4	25
23	Responden 23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	Responden 24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	Responden 25	4	5	4	4	5	5	5	5	37
26	Responden 26	5	5	5	5	5	5	4	5	39
27	Responden 27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	Responden 28	5	5	4	4	5	5	5	5	38
29	Responden 29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	Responden 30	4	5	5	5	5	4	5	4	37
31	Responden 31	4	4	5	5	5	4	5	5	37
32	Responden 32	4	5	5	5	5	5	5	5	39
33	Responden 33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	Responden 34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	Responden 35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	Responden 36	5	5	5	5	4	5	5	5	39
37	Responden 37	5	5	4	5	5	5	5	5	39
38	Responden 38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	Responden 39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	Responden 40	5	5	5	5	5	4	5	5	39
41	Responden 41	5	4	4	5	4	4	4	4	34
42	Responden 42	5	4	4	4	5	4	4	4	34
43	Responden 43	4	4	4	4	5	5	5	5	36

44	Responden 44	4	5	4	4	5	5	5	5	37
45	Responden 45	4	4	5	4	5	4	5	5	36
46	Responden 46	4	5	5	5	5	5	5	5	39
47	Responden 47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	Responden 48	4	5	5	5	4	4	5	5	37
49	Responden 49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	Responden 50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	Responden 51	5	5	5	5	5	5	4	5	39
52	Responden 52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	Responden 53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	Responden 54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	Responden 55	5	5	5	5	5	5	4	5	39
56	Responden 56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	Responden 57	5	5	4	5	5	4	5	5	38
58	Responden 58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	Responden 59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	Responden 60	5	3	5	5	5	5	5	5	38
61	Responden 61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	Responden 62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	Responden 63	5	5	5	4	5	4	5	5	38
64	Responden 64	5	5	5	3	5	5	5	5	38
65	Responden 65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	Responden 66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	Responden 67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	Responden 68	5	5	5	5	4	5	4	5	38
69	Responden 69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	Responden 70	5	5	5	5	4	5	4	5	38
71	Responden 71	5	5	4	5	5	5	5	4	38
72	Responden 72	5	2	4	3	2	3	5	4	28
73	Responden 73	5	5	5	5	5	4	3	4	36
74	Responden 74	5	4	5	5	5	4	5	5	38
75	Responden 75	5	4	5	5	5	3	5	4	36
76	Responden 76	5	5	5	4	5	5	3	5	37
77	Responden 77	3	2	1	1	5	1	5	1	19
78	Responden 78	1	1	2	2	1	2	5	2	16
79	Responden 79	5	1	1	5	5	5	3	5	30
80	Responden 80	2	2	3	2	5	5	2	1	22

81	Responden 81	5	5	4	5	5	1	1	5	31
82	Responden 82	5	5	5	2	1	2	5	5	30
83	Responden 83	5	5	5	5	4	5	5	4	38
84	Responden 84	5	5	5	4	5	5	5	5	39
85	Responden 85	5	4	2	3	5	5	1	2	27
86	Responden 86	3	1	4	1	5	4	5	4	27
87	Responden 87	1	5	3	5	2	5	2	2	25
88	Responden 88	5	5	1	2	4	3	4	5	29
89	Responden 89	5	5	5	5	5	5	4	5	39
90	Responden 90	2	5	2	5	1	5	4	4	28
91	Responden 91	5	2	5	3	1	5	5	5	31
92	Responden 92	5	5	5	4	5	5	3	5	37
93	Responden 93	5	5	5	5	4	4	5	5	38
94	Responden 94	5	4	3	5	5	5	5	3	35
95	Responden 95	5	5	5	5	4	5	2	5	36
96	Responden 96	2	3	3	5	4	5	3	3	28
97	Responden 97	5	4	5	5	3	3	5	5	35
98	Responden 98	5	5	4	5	5	5	2	5	36
99	Responden 99	5	3	5	5	5	5	4	5	37
100	Responden 100	5	5	5	4	5	5	5	5	39

Lampiran 3 Uji Validitas

Uji Validitas X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	LABEL HALAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.605**	.375**	.192	.485**	.387**	.506**	.472**	.711**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.055	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.605**	1	.601**	.315**	.344**	.545**	.680**	.431**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.375**	.601**	1	.443**	.359**	.530**	.610**	.284**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.192	.315**	.443**	1	.211*	.364**	.384**	.177	.538**
	Sig. (2-tailed)	.055	.001	.000		.035	.000	.000	.078	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.485**	.344**	.359**	.211*	1	.467**	.458**	.510**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.035		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.387**	.545**	.530**	.364**	.467**	1	.660**	.515**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.506**	.680**	.610**	.384**	.458**	.660**	1	.411**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.472**	.431**	.284**	.177	.510**	.515**	.411**	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.078	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KUALITAS	Pearson Correlation	.711**	.801**	.747**	.538**	.662**	.771**	.835**	.646**	1

Y5	Pearson Correlation	.506**	.327**	.293**	.345**	1	.460**	.107	.301**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003	.000		.000	.290	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.297**	.357**	.353**	.494**	.460**	1	.096	.342**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.342	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.253*	.141	.413**	.125	.107	.096	1	.397**	.456**
	Sig. (2-tailed)	.011	.162	.000	.214	.290	.342		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.689**	.524**	.665**	.530**	.301**	.342**	.397**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PERI LAK U KON SUM SISL AM	Pearson Correlation	.756**	.717**	.781**	.736**	.619**	.620**	.456**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas X1

Case Processing Summary

		N	%	Reliability Statistics	
Cases	Valid	100	100.0	Cronbach's Alpha	N of Items
	Excluded ^a	0	.0		
	Total	100	100.0		

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Uji Reliabilitas X2

Case Processing Summary

		N	%	Reliability Statistics	
Cases	Valid	100	100.0	Cronbach's Alpha	N of Items
	Excluded ^a	0	.0		
	Total	100	100.0		

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Uji Reliabilitas X3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	8

Uji Reabilitas Y

Case Processing Summary

Cases	Valid	N	%	Reliability Statistics	
				Cronbach's Alpha	N of Items
	Excluded ^a	0	.0		
	Total	100	100.0	.863	8

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Lampiran 5 Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.853	2.449		1.982	.050
	LABEL HALAL	.057	.109	.051	.526	.600
	HARGA	.236	.110	.223	2.153	.034
	KUALITAS PRODUK	.575	.097	.596	5.932	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI ISLAM

Lampiran 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.89795199	
Most Extreme Differences	Absolute	.133	
	Positive	.090	
	Negative	-.133	
Test Statistic		.133	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.053^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.051
		Upper Bound	.055

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 100000 sampled tables with starting seed 1314643744.

Lampiran 7 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1(Constant)	4.853	2.449		1.982	.050	

X1	.057	.109	.051	.526	.600	.357	2.800
X2	.236	.110	.223	2.153	.034	.309	3.233
X3	.575	.097	.596	5.932	.000	.330	3.034

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.385	1.646		5.094	.000
	label halal	-.132	.073	-.286	-1.803	.075
	harga	-.048	.074	-.110	-.645	.520
	kualitas produk	.003	.065	.007	.040	.968

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 9 Uji T (parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.853	2.449		1.982	.050
	label halal	.057	.109	.051	.526	.600
	Harga	.236	.110	.223	2.153	.034
	kualitas produk	.575	.097	.596	5.932	.000

a. Dependent Variable: perilaku konsumsi islam

Lampiran 10 Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1769.496	3	589.832	68.105	.000 ^b
	Residual	831.414	96	8.661		
	Total	2600.910	99			

a. Dependent Variable: perilaku konsumsi islam

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, label halal, harga

Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.670	2.943

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, label halal, harga

b. Dependent Variable: perilaku konsumsi islam

Lampiran 12 Distribusi R Tabel

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211
101	0,1630	0,1937	0,2290	0,2528	0,3196
102	0,1622	0,1927	0,2279	0,2515	0,3181
103	0,1614	0,1918	0,2268	0,2504	0,3166
104	0,1606	0,1909	0,2257	0,2492	0,3152
105	0,1599	0,1900	0,2247	0,2480	0,3137
106	0,1591	0,1891	0,2236	0,2469	0,3123
107	0,1584	0,1882	0,2226	0,2458	0,3109
108	0,1576	0,1874	0,2216	0,2446	0,3095
109	0,1569	0,1865	0,2206	0,2436	0,3082
110	0,1562	0,1857	0,2196	0,2425	0,3068
111	0,1555	0,1848	0,2186	0,2414	0,3055
112	0,1548	0,1840	0,2177	0,2403	0,3042
113	0,1541	0,1832	0,2167	0,2393	0,3029
114	0,1535	0,1824	0,2158	0,2383	0,3016
115	0,1528	0,1816	0,2149	0,2373	0,3004
116	0,1522	0,1809	0,2139	0,2363	0,2991
117	0,1515	0,1801	0,2131	0,2353	0,2979
118	0,1509	0,1793	0,2122	0,2343	0,2967
119	0,1502	0,1786	0,2113	0,2333	0,2955
120	0,1496	0,1779	0,2104	0,2324	0,2943

Lampiran 13 Distribusi T Tabel

df \ Pr	0.25		0.10		0.05		0.025		0.01		0.005		0.001	
	0.50	0.20	0.20	0.10	0.10	0.050	0.050	0.02	0.02	0.010	0.010	0.002	0.002	
81	0.67753	1.29209	1.29209	1.66388	1.66388	1.98969	1.98969	2.37327	2.37327	2.63790	2.63790	3.19392	3.19392	
82	0.67749	1.29196	1.29196	1.66365	1.66365	1.98932	1.98932	2.37269	2.37269	2.63712	2.63712	3.19262	3.19262	
83	0.67746	1.29183	1.29183	1.66342	1.66342	1.98896	1.98896	2.37212	2.37212	2.63637	2.63637	3.19135	3.19135	
84	0.67742	1.29171	1.29171	1.66320	1.66320	1.98861	1.98861	2.37156	2.37156	2.63563	2.63563	3.19011	3.19011	
85	0.67739	1.29159	1.29159	1.66298	1.66298	1.98827	1.98827	2.37102	2.37102	2.63491	2.63491	3.18890	3.18890	
86	0.67735	1.29147	1.29147	1.66277	1.66277	1.98793	1.98793	2.37049	2.37049	2.63421	2.63421	3.18772	3.18772	
87	0.67732	1.29136	1.29136	1.66256	1.66256	1.98761	1.98761	2.36998	2.36998	2.63353	2.63353	3.18657	3.18657	
88	0.67729	1.29125	1.29125	1.66235	1.66235	1.98729	1.98729	2.36947	2.36947	2.63286	2.63286	3.18544	3.18544	
89	0.67726	1.29114	1.29114	1.66216	1.66216	1.98698	1.98698	2.36898	2.36898	2.63220	2.63220	3.18434	3.18434	
90	0.67723	1.29103	1.29103	1.66196	1.66196	1.98667	1.98667	2.36850	2.36850	2.63157	2.63157	3.18327	3.18327	
91	0.67720	1.29092	1.29092	1.66177	1.66177	1.98638	1.98638	2.36803	2.36803	2.63094	2.63094	3.18222	3.18222	
92	0.67717	1.29082	1.29082	1.66159	1.66159	1.98609	1.98609	2.36757	2.36757	2.63033	2.63033	3.18119	3.18119	
93	0.67714	1.29072	1.29072	1.66140	1.66140	1.98580	1.98580	2.36712	2.36712	2.62973	2.62973	3.18019	3.18019	
94	0.67711	1.29062	1.29062	1.66123	1.66123	1.98552	1.98552	2.36667	2.36667	2.62915	2.62915	3.17921	3.17921	
95	0.67708	1.29053	1.29053	1.66105	1.66105	1.98525	1.98525	2.36624	2.36624	2.62858	2.62858	3.17825	3.17825	
96	0.67705	1.29043	1.29043	1.66088	1.66088	1.98498	1.98498	2.36582	2.36582	2.62802	2.62802	3.17731	3.17731	
97	0.67703	1.29034	1.29034	1.66071	1.66071	1.98472	1.98472	2.36541	2.36541	2.62747	2.62747	3.17639	3.17639	
98	0.67700	1.29025	1.29025	1.66055	1.66055	1.98447	1.98447	2.36500	2.36500	2.62693	2.62693	3.17549	3.17549	
99	0.67698	1.29016	1.29016	1.66039	1.66039	1.98422	1.98422	2.36461	2.36461	2.62641	2.62641	3.17460	3.17460	
100	0.67695	1.29007	1.29007	1.66023	1.66023	1.98397	1.98397	2.36422	2.36422	2.62589	2.62589	3.17374	3.17374	
101	0.67693	1.28999	1.28999	1.66008	1.66008	1.98373	1.98373	2.36384	2.36384	2.62539	2.62539	3.17289	3.17289	
102	0.67690	1.28991	1.28991	1.65993	1.65993	1.98350	1.98350	2.36346	2.36346	2.62489	2.62489	3.17206	3.17206	
103	0.67688	1.28982	1.28982	1.65978	1.65978	1.98326	1.98326	2.36310	2.36310	2.62441	2.62441	3.17125	3.17125	
104	0.67686	1.28974	1.28974	1.65964	1.65964	1.98304	1.98304	2.36274	2.36274	2.62393	2.62393	3.17045	3.17045	
105	0.67683	1.28967	1.28967	1.65950	1.65950	1.98282	1.98282	2.36239	2.36239	2.62347	2.62347	3.16967	3.16967	
106	0.67681	1.28959	1.28959	1.65936	1.65936	1.98260	1.98260	2.36204	2.36204	2.62301	2.62301	3.16890	3.16890	
107	0.67679	1.28951	1.28951	1.65922	1.65922	1.98238	1.98238	2.36170	2.36170	2.62256	2.62256	3.16815	3.16815	
108	0.67677	1.28944	1.28944	1.65909	1.65909	1.98217	1.98217	2.36137	2.36137	2.62212	2.62212	3.16741	3.16741	
109	0.67675	1.28937	1.28937	1.65895	1.65895	1.98197	1.98197	2.36105	2.36105	2.62169	2.62169	3.16669	3.16669	
110	0.67673	1.28930	1.28930	1.65882	1.65882	1.98177	1.98177	2.36073	2.36073	2.62126	2.62126	3.16598	3.16598	
111	0.67671	1.28922	1.28922	1.65870	1.65870	1.98157	1.98157	2.36041	2.36041	2.62085	2.62085	3.16528	3.16528	
112	0.67669	1.28916	1.28916	1.65857	1.65857	1.98137	1.98137	2.36010	2.36010	2.62044	2.62044	3.16460	3.16460	
113	0.67667	1.28909	1.28909	1.65845	1.65845	1.98118	1.98118	2.35980	2.35980	2.62004	2.62004	3.16392	3.16392	
114	0.67665	1.28902	1.28902	1.65833	1.65833	1.98099	1.98099	2.35950	2.35950	2.61964	2.61964	3.16326	3.16326	
115	0.67663	1.28896	1.28896	1.65821	1.65821	1.98081	1.98081	2.35921	2.35921	2.61926	2.61926	3.16262	3.16262	
116	0.67661	1.28889	1.28889	1.65810	1.65810	1.98063	1.98063	2.35892	2.35892	2.61888	2.61888	3.16198	3.16198	
117	0.67659	1.28883	1.28883	1.65798	1.65798	1.98045	1.98045	2.35864	2.35864	2.61850	2.61850	3.16135	3.16135	
118	0.67657	1.28877	1.28877	1.65787	1.65787	1.98027	1.98027	2.35837	2.35837	2.61814	2.61814	3.16074	3.16074	
119	0.67656	1.28871	1.28871	1.65776	1.65776	1.98010	1.98010	2.35809	2.35809	2.61778	2.61778	3.16013	3.16013	
120	0.67654	1.28865	1.28865	1.65765	1.65765	1.97993	1.97993	2.35782	2.35782	2.61742	2.61742	3.15954	3.15954	

Lampiran 14 Distribusi F Tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 15 Surat Izin Penelitian


PEMERINTAH KABUPATEN TAKALAR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Syech Yusuf Kab. Takalar
Email: dpmpstakalar@gmail.com website: www.dpmpstakalar.kab.go.id

Takalar, 02 Mei 2024

Nomor : 200/IP-DPMPSTSP/V/2024
Lamp : -
Perihal : Izin Penelitian

K e p a d a
Yth. Bupati Takalar
Di
Takalar

Berdasarkan Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Prov. Sul-Sel, Nomor: 15757/S 01/PTSP/2024, Tanggal 01 Mei 2024 perihal Izin Penelitian dan Surat Rekomendasi Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Takalar Nomor: 070/257/BKBP/V/2024 tanggal 02 Mei 2024, dengan ini disampaikan bahwa:

Nama : NADIAL HUDA
Tempat Tanggal Lahir : Takalar, 29 Juni 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1) UNISMUH Makassar
Alamat : Tandotana Desa Laguruda
Kec. Sanrobonie Kab. Takalar

Bermaksud akan mengadakan penelitian di kantor/instansi/wilayah kerja Bapak/Ibu dalam Rangka Penyusunan *Skripsi* dengan judul :

“ PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU KOMSUMSI ISLAM PADA MAKANAN KEMASAN DI KABUPATEN TAKALAR ”

Yang akan dilaksanakan : 05 Mei s/d 05 Juli 2024
Pengikut / Peserta : -

Sehubungan dengan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan dimaksud kepada yang bersangkutan harus melapor kepada Bupati Takalar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Takalar ;
2. Penelitian tidak menyimpang dari ketentuan yang berlaku ;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dan Adat Istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil *Skripsi* kepada Bupati Takalar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Takalar ;
5. Surat pemberitahuan penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian disampaikan kepada saudara untuk diketahui dan seperlunya.


H. MEKAWATI BRAHIM, SE., M.M
Pangreh Pembina Utama Muda
NIP : 197202242000032002

Tembusan : disampaikan kepada Yth :

1. Bupati Takalar di Takalar (sebagai laporan);
2. Kepala Bapelitbang Kab. Takalar di Takalar;
3. Kepala Badan Kesbangpol Kab. Takalar di Takalar;
4. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
5. Pertiinggal;

Lampiran 16 Surat Keterangan Bebas Plagiasi

Radial Huda 105741101520 BAB I

ORIGINALITY REPORT

100% LULUS
SIMILARITY INDEX

8% INTERNET SOURCES

7% PUBLICATIONS

6% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Rank	Source	Category	Percentage
1	digilibadmin.unismuh.ac.id	Internet Source	6%
2	Submitted to UIN Jambi	Student Paper	2%
3	eprints.unmas.ac.id	Internet Source	2%

Exclude quotes
Exclude bibliography
Exclude matches



Radial Huda 105741101520 BAB II

ORIGINALITY REPORT

23%
SIMILARITY INDEX



23%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Rank	Source	Percentage
1	journal.unesa.ac.id Internet Source	7%
2	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	4%
3	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	3%
4	media.neliti.com Internet Source	3%
5	ejournal.unhasy.ac.id Internet Source	2%
6	trianglesains.makarioz.org Internet Source	2%
7	news.detik.com Internet Source	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

Jadial Huda 105741101520 BAB III

ORIGINALITY REPORT



100% LULUS
SIMILARITY INDEX

8% INTERNET SOURCES
8% PUBLICATIONS

14% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- | | | |
|---|--|----|
| 1 | eprints.walisongo.ac.id
Internet Source | 3% |
| 2 | digilibadmin.unismuh.ac.id
Internet Source | 3% |
| 3 | apic.id
Internet Source | 2% |
| 4 | Submitted to Universitas Nasional
Student Paper | 2% |
| 5 | repositori.uma.ac.id
Internet Source | 2% |

Exclude quotes On
Exclude bibliography On
Exclude matches < 2%

S
S
F
V
C

Nadial Huda 105741101520 BAB IV

ORIGINALITY REPORT



7%

7%

7%

5%

SIMILARITY INDEX

INTERNET SOURCES

PUBLICATIONS

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1 Submitted to University of North Georgia Student Paper 3%
- 2 repository.uinjkt.ac.id Internet Source 2%
- 3 Submitted to stie-pembangunan Student Paper 2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

<

Exclude bibliography

On





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Nadial Huda
Nim : 105741101520
Program Studi : Ekonomi Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	23 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 31 Juli 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



BIOGRAFI PENULIS



Nadial Huda panggilan Nadia lahir di Takalar pada tanggal 29 Juni 2003 dari pasangan suami istri Bapak Hasrifuddin Dan Ibu Hariati. Peneliti adalah anak pertama dari 3 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat di Desa Laguruda Kecamatan Sanrobone Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 36 Tonasa Parappa lulus tahun 2014, SMPN 1 Mappakasunggu lulus tahun 2017, SMKN 3 Takalar lulus pada tahun 2020, dan mulai tahun 2020 mengikuti program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar.