

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Obyek Penelitian

##### a. Sejarah IAIN Kudus

IAIN Kudus beralamat di Ds. Conge Ngembalrejo Kec. Bae Kab. Kudus, tepatnya di Jl. Conge Ngembalrejo Bae Kudus, Po. Box 51. IAIN Kudus merupakan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) satu-satunya yang lokasinya berada diwilayah Pantai Utara (Pantura) bagian timur Jawa Tengah dan dikelilingi oleh tujuh kabupaten diantaranya Kudus, Jepara, Demak, Pati, Grobogan, Rembang, Blora, dan Tuban Jawa Timur.

Berdirinya IAIN Kudus awal mulanya karena diilhami oleh perjuangan dan pemikiran untuk melakukan dakwah Islam khususnya diwilayah Jawa dan Indonesia Umumnya, bisa dikatakan bahwa suatu kesuksesan perlu adanya dukungan dari Lembaga Pendidikan Tinggi yang mempunyai sifat khusus dalam mengkaji masalah, mengembangkan ilmu pengetahuan, serta solusi alternatif terhadap masalah-masalah yang timbul dikalangan umat Islam. Sejarah berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Indonesia yakni Institut Agama Islam Negeri Kudus tidak terlepas dari faktor lokasi wilayah geografis.

Awal mula perjuangan yang dilakukan oleh para raja Islam dulu serta perjuangan para walisongo dalam menyebarkan dakwah Islam menguatkan bukti jika mendirikan suatu Lembaga yang kuat diperlukan guna melakukan pengembangan epistemology dan kerangka ilmu Islam yang bisa memberikan jawaban mengenai tantangan oleh masyarakat Indonesia, khususnya umat Islam.<sup>1</sup>

Berdasarkan faktor geografis, IAIN Kudus mempunyai dua tokoh walisongo yang memperjuangkan Islam yakni Sunan Kudus (Syekh Ja'far Shodiq) dan Sunan Muria (Raden Umar Said), yang mempunyai integritas keilmuan, serta moral yang tidak diragukan lagi. Sifat dan

---

<sup>1</sup> M. Sugeng Sholehuddin, *Angka Partisipasi Kuliah Masyarakat Jawa Tengah terhadap PTKIN Tahun 2015-2017*, (Pekalongan: Penerbit NEM, 2019), 69-70.

kepribadian yang dimiliki oleh Sunan Kudus dan Sunan Muria juga dapat menjadi acuan dan inspirasi dalam mengembangkan IAIN Kudus. Kegigiham dalam mendakwahkan agama Islam, kedalaman ilmu keislaman, serta kematangan dalam menghadapi permasalahan masyarakat perlu dijadikan rujukan maupun contoh bagi civitas akademika IAIN Kudus. Kata “Kudus” yang berada dibelakang kata IAIN mempunyai dua arti, yang pertama Kudus menunjukkan nama kota atau wilayah yang dikenal dengan kota jenang dan kota kretek. Kedua, Kudus menunjukkan adanya semangat terhadap perjuangan yang dilakukan oleh Sunan Kudus dan Sunan Muria.

Adapun tiga fungsi yang dimiliki oleh IAIN Kudus yang diberi nama Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni Pendidikan dan pengajaran, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Pendidikan dan pengajaran merupakan suatu tahapan dalam mengembangkan keilmuan melalui hubungan antara mahasiswa dan dosen yang dilakukan dalam kurun waktu dan tempat tertentu. penelitian merupakan suatu proses yang dilaksanakan oleh dosen maupun mahasiswa antara perseorangan atau kolektif dalam mengembangkan ilmu yang didukung oleh data akurat dari lokasi penelitian. Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu proses implementasi atau sosialisasi teori terhadap kehidupan masyarakat supaya masyarakat tersebut mempunyai ketrampilan menghadapi masalah didalam hidupnya.<sup>2</sup>

Berdasarkan Tri Dharma diatas, maka secara umum IAIN Kudus mempunyai dua peran dan tanggung jawab, diantaranya:

- 1) Peran dan tanggung jawab keilmuan, IAIN Kudus harus konsisten dalam mengembangkan teori keislaman dan mengimplementasikan teori dalam kehidupan masyarakat dimana target masyarakat harus mempunyai pengetahuan, kemampuan, serta keterampilan hidup secara optimum.
- 2) Peran dan tanggung jawab dakwah Islamiyah, IAIN Kudus harus mempunyai misi untuk memperkuat dan menyebarkan kualitas tauhid kepada masyarakat

---

<sup>2</sup> M. Sugeng Sholehuddin, *Angka Partisipasi Kuliah Masyarakat Jawa Tengah terhadap PTKIN Tahun 2015-2017*,70-71.

muslim sehingga masyarakat benar-benar mempunyai karakteristik Islam yang komprehensif dan utuh.

IAIN Kudus mempunyai visi dan keunggulan ilmu dengan nama Islam Transformatif yang merupakan bagian dari proses optimalisasi peran dan tanggung jawab yakni gagasan yang menjadikan karakteristik civitas akademika lebih santun, damai, menjunjung tinggi nilai-nilai demokrasi, serta humanis. Nilai keislaman tidak boleh hanya diudapkan saja, tetapi harus diimplementasikan sehingga menghasilkan filosofi kehidupan bagi seluruh umat muslim.

Islam Transformatif ditandai dengan 3 (tiga) pergeseran. *Pertama*, kesadaran untuk melaksanakan pergeseran dari teks ke konteks. *Kedua*, kesadaran untuk melaksanakan pergeseran dari teori ke reaksi. *Ketiga*, kesadaran untuk melaksanakan pergeseran dari ketaatan individual ke ketaatan sosial. Artinya seluruh civitas akademika IAIN Kudus tidak sebatas teori, tekstual dan ketaatan individual tetapi ketiga sikap tersebut harus bergeser menuju kontekstual, reaksi, dan ketaatan sosial.

**b. Visi, Misi, dan Tujuan IAIN Kudus**

Visi IAIN Kudus yaitu: *Providing Thought Applied Islamic Scholar* (menghadirkan solusi melalui sarjana terapan).

Misi IAIN Kudus yaitu: menghasilkan sarjana dengan dasar keilmuan Islam yang humanis, aplikatif, dan produktif melalui penyelenggaraan Pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

Tujuan IAIN Kudus, yaitu:

- Memberikan akses pendidikan tinggi yang terjangkau dan berkualitas bagi masyarakat Kudus dan sekitarnya.
- Menghasilkan karya penelitian yang tepat guna dan berdaya guna untuk menyelesaikan permasalahan akademis dan sosial keagamaan bagi kepentingan keindonesiaan dan kemanusiaan.
- Menghadirkan karya pengabdian yang kreatif, inovatif, dan solutif atas persoalan keagamaan, kemasyarakatan dan kebangsaan.
- Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan yang didasarkan pada prinsip *good governance* dalam

rangka mencapai kepuasan sivitas akademika dan pemangku kepentingan.<sup>3</sup>

## 2. Gambaran Umum Responden

### a. Umur Responden

Berikut ini tabel mengenai data umur responden, diantaranya:

**Tabel 4.1**  
**Umur Responden**

Umur	Jumlah	Presentase (%)
20	14	17,1%
21	53	64,6%
22	15	18,3
<b>Jumlah</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Dari tabel umur responden diatas dapat diketahui bahwa dari 82 responden yang menggunakan produk MS Glow yaitu umur 20 tahun sebanyak 14 responden dengan presentase sebesar 17,1%. Umur 21 tahun sebanyak 53 responden dengan presentase sebesar 64,6%. Dan umur 22 tahun sebanyak 15 responden dengan presentase sebesar 18,3%.

### b. Program Studi Responden

Berikut ini tabel mengenai data program studi responden, diantaranya:

**Tabel 4.2**  
**Program Studi Responden**

Program Studi	Jumlah	Presentase (%)
Ekonomi Syariah	55	67,1%
Manajemen Bisnis Syariah	10	12,2%
Perbankan Syariah	8	9,7%
Akuntansi Syariah	4	4,9%
Manajemen Zakat dan Wakaf	5	6,1%
<b>Jumlah</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

Dari tabel program studi responden diatas dapat diketahui bahwa dari 82 responden yang menggunakan produk MS Glow yaitu program studi ekonomi syariah sebanyak 55 responden dengan presentase sebesar 67,1%.

<sup>3</sup> M. Sugeng Sholehuddin, *Angka Partisipasi Kuliah Masyarakat Jawa Tengah terhadap PTKIN Tahun 2015-2017*, 71-72.

Program studi manajemen bisnis syariah sebanyak 15 responden dengan presentase sebesar 18,3%. Program studi perbankan syariah sebanyak 8 responden dengan presentase sebesar 9,7%. Dan program studi akuntansi syariah sebanyak 4 responden dengan presentase sebesar 4,9%.

### 3. Deskripsi Kuesioner

Berikut ini adalah hasil dari jawaban masing-masing responden mengenai labelisasi halal dan BPOM terhadap keputusan pembelian pada produk MS Glow:

#### a. Variabel Labelisasi Halal

Berikut ini hasil kuesioner mengenai labelisasi halal yaitu:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Kuesioner Variabel Labelisasi Halal**

Item Pernyataan	Total SS	(%)	Total S	(%)	Total N	(%)	Total TS	(%)	Total STS	(%)
A1	28	34,1	40	48,8	14	17,1	0	0	0	0
A2	33	40,3	37	45,1	11	13,4	1	1,2	0	0
A3	44	53,7	31	37,8	7	8,5	0	0	0	0
A4	37	45,1	39	47,6	5	6,1	1	1,2	0	0
A5	17	20,7	47	57,3	18	22	0	0	0	0
A6	31	37,8	42	51,2	9	11	0	0	0	0
A7	21	25,6	55	67,1	6	7,3	0	0	0	0
A8	17	20,7	57	69,6	7	8,5	1	1,2	0	0

Berdasarkan tabel hasil kuesioner variabel labelisasi halal diatas dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Dalam item pernyataan 1 terdapat 28 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 40 responden menjawab setuju, 14 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden mengetahui gambar dan tulisan label halal dari MUI yang terdapat pada kemasan produk MS Glow.
- 2) Dalam item pernyataan 2 terdapat 33 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 37 responden menjawab setuju, 11 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden selalu memperhatikan label halal pada kemasan produk MS Glow sebelum melakukan pembelian.

- 3) Dalam item pernyataan 3 terdapat 44 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 31 responden menjawab setuju, 7 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden setuju jika setiap produk MS Glow harus memiliki label halal resmi yang dikeluarkan oleh MUI.
- 4) Dalam item pernyataan 4 terdapat 37 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 39 responden menjawab setuju, 5 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden akan memilih produk MS Glow yang berlabel halal daripada produk yang tidak mempunyai label halal.
- 5) Dalam item pernyataan 5 terdapat 17 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 47 responden menjawab setuju, 18 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden setuju jika bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk MS Glow telah teruji kehalalannya dari MUI.
- 6) Dalam item pernyataan 6 terdapat 31 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 42 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden jika label halal menjadi pertimbangan utama dalam melakukan pembelian produk MS Glow.
- 7) Dalam item pernyataan 7 terdapat 21 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 55 responden menjawab setuju, 6 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden setuju jika produk MS Glow dengan logo halal pada kemasannya sudah melewati tahapan proses uji halal oleh MUI secara ketat.

- 8) Dalam item pernyataan 8 terdapat 17 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 57 responden menjawab setuju, 7 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden setuju jika label halal pada kemasan produk MS Glow, memudahkan dalam mengetahui kualitas produk.

**b. Variabel Label BPOM**

Berikut ini hasil kuesioner mengenai labelisasi halal yaitu:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Kuesioner Variabel Label BPOM**

Item Pernyataan	Total SS	(%)	Total S	(%)	Total N	(%)	Total TS	(%)	Total STS	(%)
B1	23	28,1	48	58,5	11	13,4	0	0	0	0
B2	26	31,7	46	56,1	9	11	1	1,2	0	0
B3	19	23,2	43	52,4	18	22	2	2,4	0	0
B4	36	43,9	42	51,2	3	3,7	1	1,2	0	0
B5	25	30,5	53	64,6	3	3,7	0	0	1	1,2
B6	28	34,1	44	53,7	9	11	1	1,2	0	0
B7	5	6,1	29	35,4	40	48,8	7	8,5	1	1,2
B8	19	23,2	52	63,4	10	12,2	1	1,2	0	0

Berdasarkan tabel hasil kuesioner variable label BPOM diatas dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Dalam item pernyataan 1 terdapat 23 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 48 responden menjawab setuju, 11 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden mengetahui gambar dan tulisan BPOM yang terdapat pada kemasan produk MS Glow.
- 2) Dalam item pernyataan 2 terdapat 26 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 46 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden selalu melihat kode BPOM pada kemasannya sebelum melakukan pembelian pada produk MS Glow.
- 3) Dalam item pernyataan 3 terdapat 19 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 43 responden

- menjawab setuju, 18 responden menjawab netral, 2 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden selalu mengecek kode BPOM yang terdapat di kemasannya pada aplikasi.
- 4) Dalam item pernyataan 4 terdapat 36 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 42 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden setuju jika produk MS Glow harus sudah terdaftar BPOM.
  - 5) Dalam item pernyataan 5 terdapat 25 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 53 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab netral, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden memilih produk MS Glow yang terdapat keterangan yang memuat nomor BPOM daripada produk yang tidak mempunyai nomor BPOM.
  - 6) Dalam item pernyataan 6 terdapat 28 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 44 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden setuju jika kode BPOM menjadi pertimbangan dalam melakukan produk MS Glow.
  - 7) Dalam item pernyataan 7 terdapat 5 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 29 responden menjawab setuju, 40 responden menjawab netral, 7 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden mendownload aplikasi BPOM guna memastikan produk tersebut memang resmi terdaftar.
  - 8) Dalam item pernyataan 8 terdapat 19 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 52 responden menjawab setuju, 10 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden



menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden setuju jika kode BPOM pada kemasan produk MS Glow, memudahkan dalam memberikan informasi dan keyakinan terhadap kualitas produk.

**c. Variabel Keputusan Pembelian**

Berikut ini hasil kuesioner mengenai keputusan pembelian yaitu:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian**

Item Pernyataan	Total SS	(%)	Total S	(%)	Total N	(%)	Total TS	(%)	Total STS	(%)
C1	12	14,6	31	37,8	31	37,8	8	9,8	0	0
C2	22	26,8	50	61	8	9,8	2	2,4	0	0
C3	10	12,2	49	59,8	20	24,4	2	2,4	1	1,2
C4	16	19,5	31	37,8	27	32,9	7	8,6	1	1,2
C5	10	12,2	34	41,5	28	34,1	9	11	1	1,2
C6	13	15,9	52	63,4	16	19,5	1	1,2	0	0

Berdasarkan tabel hasil kuesioner variabel keputusan pembelian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Dalam item pernyataan 1 terdapat 12 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 31 responden menjawab setuju, 31 responden menjawab netral, 8 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden merasa memerlukan produk MS Glow untuk menjaga kulit tetap sehat, sehingga responden melakukan pembelian produk MS Glow.
- 2) Dalam item pernyataan 2 terdapat 22 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 50 responden menjawab setuju, 8 responden menjawab netral, 2 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden mencari informasi mengenai produk MS Glow terlebih dahulu, sebelum memutuskan untuk membeli.
- 3) Dalam item pernyataan 3 terdapat 10 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 49 responden menjawab setuju, 20 responden menjawab netral, 2 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik

kesimpulan bahwa sebagian besar responden sudah mengambil pilihan atau alternatif pada produk MS Glow, dengan melakukan pembelian produk.

- 4) Dalam item pernyataan 4 terdapat 16 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 31 responden menjawab setuju, 27 responden menjawab netral, 7 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden memutuskan untuk membeli produk MS Glow secara sengaja, realistis, faktual, serta terencana.
- 5) Dalam item pernyataan 5 terdapat 10 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 34 responden menjawab setuju, 28 responden menjawab netral, 9 responden menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden setuju jika dengan melakukan pembelian produk MS Glow dan memakainya maka responden memiliki dorongan untuk membeli secara berkali-kali.
- 6) Dalam item pernyataan 6 terdapat 13 responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 52 responden menjawab setuju, 16 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden selalu percaya terhadap keputusan pembelian produk MS Glow yang mempunyai label halal dan BPOM.

#### 4. Analisis Data

##### a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen, peneliti memakai analisis SPSS 22. Sebelum melakukan penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 82 orang kepada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2018.

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas dengan melakukan uji signifikansi untuk melakukan perbandingan antara  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Apabila nilai  $r$  positif dan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka pernyataan dianggap valid. Berikut ini hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Labelisasi Halal (X1)	A1	0,688	0,1829	<i>Valid</i>
	A2	0,791	0,1829	<i>Valid</i>
	A3	0,651	0,1829	<i>Valid</i>
	A4	0,719	0,1829	<i>Valid</i>
	A5	0,775	0,1829	<i>Valid</i>
	A6	0,705	0,1829	<i>Valid</i>
	A7	0,705	0,1829	<i>Valid</i>
	A8	0,646	0,1829	<i>Valid</i>
Label BPOM (X2)	B1	0,601	0,1829	<i>Valid</i>
	B2	0,789	0,1829	<i>Valid</i>
	B3	0,758	0,1829	<i>Valid</i>
	B4	0,685	0,1829	<i>Valid</i>
	B5	0,681	0,1829	<i>Valid</i>
	B6	0,523	0,1829	<i>Valid</i>
	B7	0,563	0,1829	<i>Valid</i>
	B8	0,619	0,1829	<i>Valid</i>
Keputusan Pembelian (Y)	C1	0,752	0,1829	<i>Valid</i>
	C2	0,751	0,1829	<i>Valid</i>
	C3	0,623	0,1829	<i>Valid</i>
	C4	0,674	0,1829	<i>Valid</i>
	C5	0,743	0,1829	<i>Valid</i>
	C6	0,711	0,1829	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel hasil uji validitas tersebut, dapat dipahami bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai positif dan r hitung lebih besar daripada r tabel (0,1829), sehingga kuesioner tersebut dapat dikatakan *valid*.

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha*, dengan kriteria jika nilainya lebih dari 0,6 maka kuesioner dianggap reliabel. Berikut ini hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
Labelisasi Halal (X1)	0,859	0,6	<i>Reliabel</i>
Label BPOM (X2)	0,804	0,6	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian	0,889	0,6	<i>Reliabel</i>

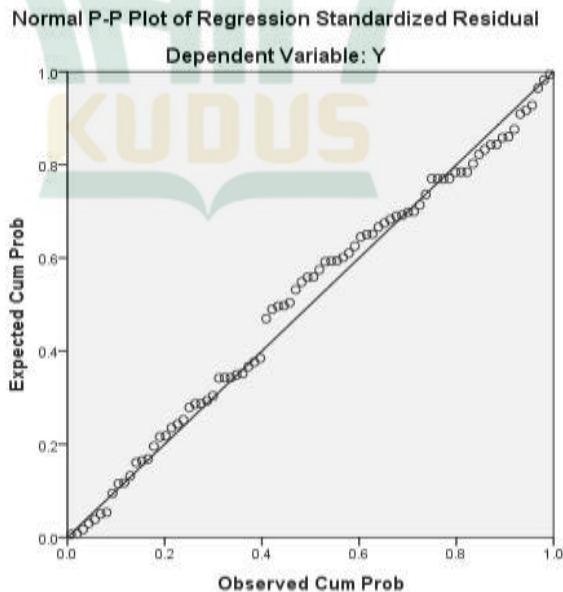
Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas tersebut, dapat dipahami bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6. Sehingga seluruh variabel dapat dikatakan *Reliabel*.

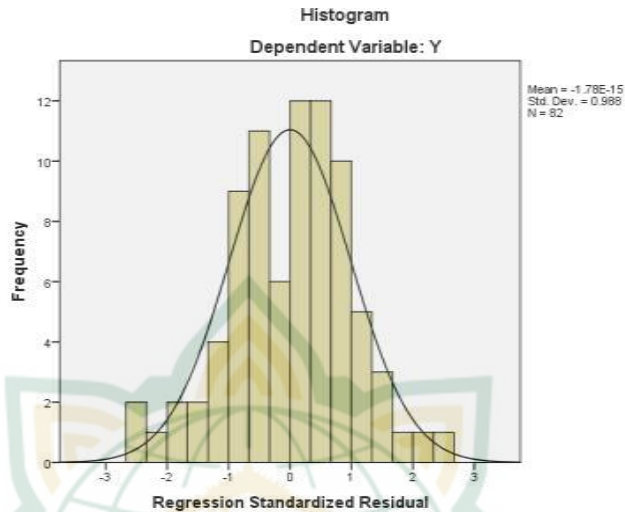
**b. Hasil Uji Asumsi Klasik**

**1) Uji Normalitas**

Berdasarkan *normal probability plot* pada gambar 4.1 dibawah menghasilkan bahwa penyebaran data mengikuti arah diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal sehingga membuktikan pola distribusi normal maka model regresinya terdistribusi secara normal.

**Gambar 4.1**  
***Normal Probability Plot***





## 2) Uji Multikolonieritas

Uji ini dipakai dalam pola regresi yang memungkinkan adanya hubungan yang saling berkaitan antar variabel bebas. Apabila suatu pengujian tidak terjadi adanya hubungan diantara variabel bebas maka pola regresi dapat dikatakan baik. Nilai dari *tolerance* serta *varian inflation factor* (VIF) dapat dijadikan patokan dalam mendeteksi multikolonieritas, sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.633	1.580
	X2	.633	1.580

a. Dependent Variable: Y

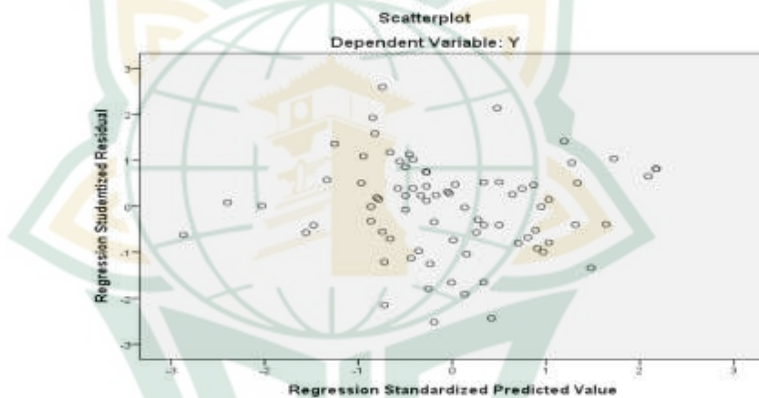
Dari hasil uji multikolonieritas yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa masing-masing nilai *tolerance* dari variabel labelisasi halal dan BPOM senilai 0,633 dan nilai VIF senilai 1,580. Hal tersebut menunjukkan jika semua variabel independen mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Jadi dapat ditarik

kesimpulan bahwa dalam model regresi tidak terdapat multikolonieritas antara variabel independen.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai ketika melakukan pengujian guna mengukur perbedaan varian residual antara satu observasi dengan observasi lain dalam suatu regresi. Dalam pengujian model regresi ini persyaratan yang harus dipenuhi yaitu tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*, sebagai berikut:

**Gambar 4. 2**  
**Grafik Scatterplot**



Berdasarkan grafik *scatterplot* diatas membuktikan bahwa pada sumbu Y tidak terdapat pola yang jelas serta terdapat titik yang menyebar diatas maupun dibawah angka 0 (nol). Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4) Uji Autokorelasi

Hasil uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diketahui nilai  $d$  hitung yakni 1,867. Untuk melakukan uji autokorelasi dengan membandingkan nilai  $d$  hitung dengan nilai  $d$  teoritis pada tabel  $d$  statistik Durbin-Watson dengan tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan tabel Durbin-Watson diketahui nilai  $d_l$  sebesar 1,591 dan nilai  $d_u$  sebesar 1,691. Dikarenakan hasil uji autokorelasi penelitian ini adalah  $d_u < d < 4-d_u$  artinya  $1,691 < 1,867 < 4-1,691$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan untuk tingkat signifikansi 5% tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif. Hal ini dapat diketahui pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.885 <sup>a</sup>	.783	.777	3.235	1.867

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

**c. Hasil Analisis Data**

**1) Koefisien Determinal ( $R^2$ )**

Koefisien determinial ( $R^2$ ) merupakan analisis keputusan secara simultan untuk menentukan kontribusi pengaruh variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ) dengan variabel terikat (Y). Koefisien determinial memiliki jumlah antara 0 dan 1 (jika  $R^2$  bernilai 0, maka tidak terdapat kontribusi pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat). Berikut ini tabel hasil uji koefisien determinial ( $R^2$ ) sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Koefisien Determinial ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 <sup>a</sup>	.783	.777	3.235

a. Predictors: (Constant), Label BPOM, Labelisasi Halal

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinial ( $R^2$ ) tersebut dapat diketahui bahwa nilai korelasi yaitu 0,885 dengan koefisien determinial ( $R^2$ ) sebesar 0,777 artinya 77,7% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel labelisasi halal dan label BPOM. Sementara variabel lain diluar penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 22,3%.

**2) Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)**

Uji t secara parsial memiliki tujuan menentukan variabel bebas yang sebagian bergantung pada variabel terikat. Dalam hasil perhitungan statistik uji parsial tersebut ditunjukkan dengan t hitung. Dibawah ini tabel hasil uji t sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.778	3.717		-.478	.634
Labelisasi Halal	.495	.123	.266	4.035	.000
Label BPOM	1.360	.128	.698	10.589	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a) Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian

Dari perhitungan statistik uji t variabel labelisasi halal terhadap keputusan pembelian memberikan hasil bahwa nilai Sig (*p value*) sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Dan nilai t hitung sebesar 4,035 dan t tabel sebesar 1,664 yang artinya nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,035 > 1,664$ ). Maka dapat disimpulkan variabel labelisasi halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow.

Hasil tersebut sejalan dengan hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh yang signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian”, sehingga hipotesis tersebut diterima. Berdasarkan penelitian tersebut membuktikan bahwa labelisasi halal mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada produk MS Glow.

- b) Pengaruh BPOM terhadap Keputusan Pembelian

Dari perhitungan statistik uji t variabel label BPOM terhadap keputusan pembelian memberikan hasil bahwa nilai Sig (*p value*) sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Dan nilai t hitung sebesar 10,589 dan t tabel sebesar 1,664 yang



artinya nilai t hitung lebih besar dari t tabel (10,589>1,664). Maka dapat disimpulkan variabel labelisasi halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow.

Hasil tersebut sejalan dengan hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh yang signifikan antara label BPOM terhadap keputusan pembelian”, sehingga hipotesis tersebut diterima. Berdasarkan penelitian tersebut membuktikan bahwa label BPOM mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada produk MS Glow.

**3) Analisis Regresi Linier Berganda**

Setelah dilakukan uji t (uji parsial), diketahui bentuk persamaan regresi linier berganda, sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian
- $\beta_0$  : Koefisien intercept regresi
- $\beta_1, \beta_2$  : Koefisien Regresi (slope)
- $X_1, X_2$  : Variabel bebas
- $\epsilon$  : Standar Error

Berikut ini tabel hasil persamaan regresi linier berganda, sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.778	3.717		-.478	.634
Labelisasi Halal	.495	.123	.266	4.035	.000
Label BPOM	1.360	.128	.698	10.589	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$= (-1,778) + 0,495X_1 + 1,360X_2 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas mempunyai arti bahwa:

- a) Nilai konstanta sebesar -1,778 artinya jika labelisasi halal dan label BPOM mempunyai nilai konstan (nol) maka keputusan pembelian konsumen adalah -1,778.
- b) Koefisien regresi variabel labelisasi halal sebesar 0,495 artinya apabila terjadinya peningkatan variabel labelisasi halal sebesar 100% maka berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk MS Glow sebesar 49,5% apabila variabel terikat lainnya dirasa konstan.
- c) Koefisien regresi variabel label BPOM sebesar 1,360 artinya apabila terjadinya peningkatan variabel label BPOM sebesar 100% maka berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk MS Glow sebesar 136% apabila variabel terikat lainnya dirasa konstan.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian

Labelisasi halal adalah pemberian keterangan halal pada kemasan suatu produk dengan tujuan supaya konsumen yang beragama Islam memahami jika produk yang dibeli sudah berstatus halal.<sup>4</sup> Jadi, labelisasi halal dapat diartikan sebagai identitas yang memberikan informasi mengenai suatu produk kepada konsumen, bahwa produk tersebut memang halal, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan dalam syariat Islam, dan secara resmi telah memiliki izin untuk dikonsumsi oleh konsumen.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter parsial (uji t) memberikan hasil bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ( $4,035 > 1,664$ ), maka t hitung didaerah tolak ( $H_0$ ), artinya hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bukti empiris bahwa konsumen benar-benar memperhatikan label halal pada kemasan produk MS Glow baik dari gambar, tulisan, dan bahan-bahan yang digunakan untuk membuat

---

<sup>4</sup> Siti Muslimah, "Label Halal pada Produk Pangan Kemasan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen Muslim", 88.

produk sebelum memutuskan untuk membeli produk MS Glow. Pada penelitian ini, peneliti melihat bahwa mahasiswi IAIN Kudus cenderung membeli produk MS Glow dengan memperhatikan logo halal resmi yang dikeluarkan oleh MUI.

## 2. Pengaruh Label BPOM terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Keppres RI Nomor 103 Tahun 2001 bahwa Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), merupakan Lembaga Pemerintah Non Departemen (LPND) yang didirikan dengan tujuan untuk menjalankan peran pemerintah khusus dari presiden dan mempunyai tanggung jawab langsung kepada presiden.<sup>5</sup> Label BPOM adalah pemberian kode produk dari BPOM pada produk yang sudah memperoleh izin dari BPOM dan sudah terdaftar dalam *website* BPOM

Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter parsial (uji t) memberikan hasil bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ( $10,589 > 1,664$ ), maka t hitung didaerah tolak ( $H_0$ ), artinya hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara label BPOM terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bukti empiris bahwa konsumen benar-benar memperhatikan label BPOM pada kemasan produk MS Glow baik dari gambar, tulisan, dan kode BPOM sebelum memutuskan untuk membeli produk MS Glow. Pada penelitian ini, peneliti melihat bahwa mahasiswi IAIN Kudus cenderung membeli produk MS Glow dengan memperhatikan dan memastikan kode BPOM yang terdapat pada kemasan produk melalui aplikasi.

---

<sup>5</sup> Fadhilah Pratama M dan Suwanto, *Pengaruh Labelisasi Halal, Label BPOM dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah*, 508.