

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sejarah dan Filosofi Indomaret

Tahun 1988, didirikannya suatu gerai yang diberikan nama Indomaret, awal mula didirikannya gerai tersebut yaitu dari munculnya pemikiran guna mempermudah penyediaan keperluan harian karyawannya. Bersama berjalanya pengembangan operasional toko, perusahaan berkeinginan guna mempelajari serta mengamati perilaku dan kebutuhan konsumen ketika berbelanja.

Untuk memenuhi keinginan itu, sejumlah pegawai diperintahkan guna meneliti serta mengamati tujuan tersebut. kesimpulan yang diperoleh adalah orang lebih memutuskan belanja pada pasar modern dengan penilaian kelengkapan produk yang memiliki kualitas, harga bersaing dan jelas, serta situasi yang nyaman.

Keinginan luhur guna lebih mengabdikan untuk Nusa dan Bangsa dengan bekal pengetahuan tentang pergeseran perilaku belanja, kebutuhan konsumen, dan keterampilan pengoperasian toko. Keinginan tersebut diwujudkan melalui Indomaret dengan badan hukum PT. Indomarc Prisma.

Konsep Indomaret awalnya adalah membuat gerai yang dekat dengan hunian konsumen, melayani masyarakat yang bersifat majemuk, dan menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari. Seiring waktu dan kebutuhan pasar yang meningkat, Indomaret memperluas cabang di kawasan apartemen, perumahan, perkantoran, niaga, dan wisata. Dengan itu, terdapat proses pembelajaran guna mengoperasikan jaringan retail dengan skala besar dan lengkap dengan pengalaman yang bervariasi serta kompleks.

Sesudah mendapati ketrampilan dan pengetahuan dalam jaringan retail dengan skala besar, Indomaret dijadikan asset nasional oleh manajemen. Dengan dijadikannya asset nasional, Indomaret mempunyai keinginan berbagi kepada masyarakat dengan bisnis waralaba yang dapat berkompetisi di persaingan global. Bisnis waralaba Indomaret berkonsep yang pertama dan

menjadi pelopor minimarket di Indonesia. Konsep tersebut mendapat penghargaan dari pemerintah yaitu “Perusahaan Waralaba Unggul 2003”, penghargaan tersebut pertama kalinya untuk perusahaan minimarket dan hanya Indomaret yang menerima sampai saat ini.⁷¹

b. Visi dan Budaya Indomaret

1) Visi

Sebagai *asset* nasional melalui bentuk cabang ritel waralaba dengan keunggulan dalam persaingan global.

2) Motto

Mudah serta hemat.

3) Budaya

Menomorsatukan nilai-nilai kejujuran, kebenaran dan keadilan, kerja sama kelompok, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis dan mengutamakan kepuasan pelanggan.

4) Pendekatan melalui senyuman yang tulus, guna membentuk hidup lebih baik.

2. Gambaran Umum Responden

Pada laporan ini memaparkan tentang kondisi ataupun situasi responden guna menawarkan rincian tambahan supaya membantu mengartikan temuan penelitian. Kategori karakteristik responden yang dibuat peneliti sesuai dengan data yaitu sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden yaitu :

Tabel 4. 1

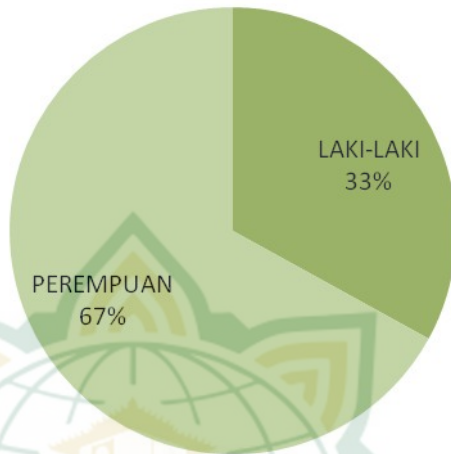
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	33	33%
Perempuan	67	67%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

⁷¹ “Sejarah & Filosofi Perusahaan”, 2017. (<https://indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi>), diakses 10 Maret 2022, pukul 14:56 WIB)

Gambar 4. 1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel serta diagram di atas, total dari seluruh responden perempuan yaitu 67% atau 67 orang, adapun pada responden laki-laki yaitu 33% atau 33 orang.

b. Agama Responden

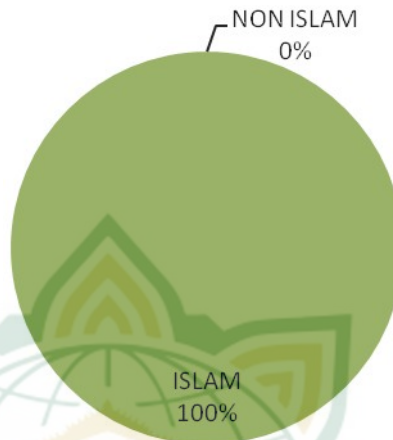
Menurut agama responden, karakteristik responden yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Agama	Jumlah	Presentase (%)
Islam	100	100%
Non Islam	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Agama



Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

Berdasarkan data yang sudah tersaji di atas, jumlah keseluruhan responden sesuai dengan agama, terdapat agama Islam 100 orang (100%) dan non Islam 0 orang (0%).

c. Umur

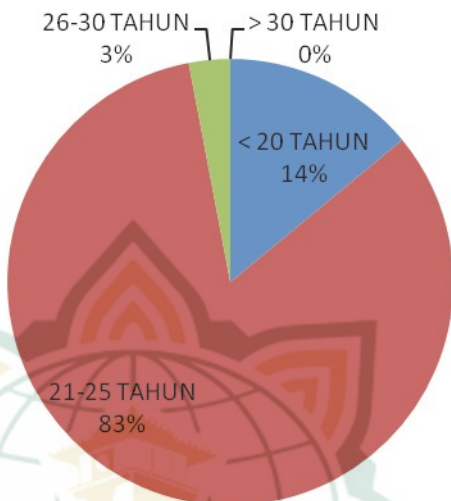
Menurut karakteristik responden berdasarkan umur, mendapatkan data primer sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah	Presentase (%)
<20 tahun	14	14%
21-25 tahun	83	83%
26-30 tahun	3	3%
>30 tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

berdasarkan tabel serta diagram di atas, total karakteristik responden berdasarkan umur <20 tahun sebanyak 14 orang (14%), 21-25 tahun sebanyak 83 orang (83%), 26-30 tahun sebanyak 3 orang (3%), serta > 30 tahun 0 orang (0%).

d. Pendidikan Terakhir

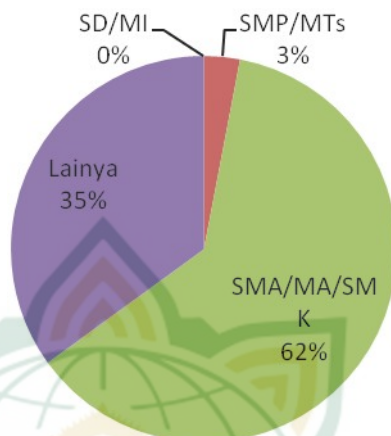
Menurut karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah :

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentasi (%)
SD/MI	0	0%
SMP/MTs	3	3%
SMA/MA/SMK	62	62%
Lainya	35	35%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

Gambar 4. 4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

berdasarkan tabel serta diagram di atas menunjukkan pendidikan terakhir responden SD/MI sebanyak 0 orang (0%), SMP/MTs sebanyak 3 orang (3%), SMA/MA/SMK sebanyak 62 orang (62%), dan lainnya sebanyak 35 orang (35%).

e. Pendapatan

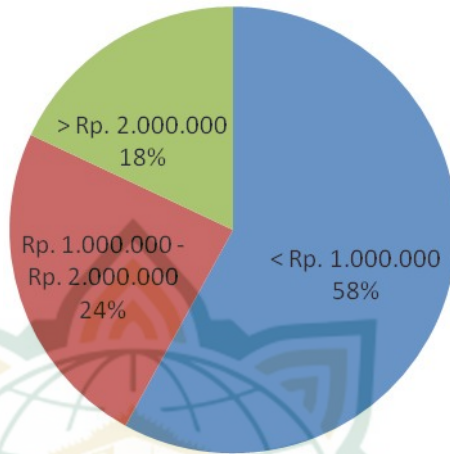
Menurut karakteristik responden berdasarkan pendapatan yaitu:

Tabel 4. 5 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Presentase (%)
< Rp. 1.000.000	58	58%
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	24	24%
>Rp. 2.000.000	18	18%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

Gambar 4. 5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan



Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

3. Deskripsi Data Penelitian

Perolehan jawaban dari responden berkenaan variabel yang dipakai pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Variabel Label Halal (X1)

Tabel 4. 6 Hasil Variabel Responden

Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
X1.1	54	54	40	40	6	6	0	0	0	0
X1.2	57	57	38	38	5	5	0	0	0	0
X1.3	33	33	51	51	16	16	0	0	0	0

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

Berdasarkan data yang ada tabel tersebut ada pernyataan dari variabel penelitian label halal (X1) mengenai hasil dari setiap jawaban responden, yaitu :

- 1) Jawaban reponden berkenaan pengetahuan mengetahui label halal melalui logo yang terdapat pada kemasan, responden menjawab sangat setuju (SS) 54 orang (54%), setuju (S) 40 orang (40%), netral (N) 6 orang (6%), tidak setuju (TS) 0 orang (0%), serta sangat tidak setuju (STS) 0 orang (0%).
- 2) Jawaban responden dari pernyataan merasa yakin dan aman ketika mengkonsumsi produk makanan yang sudah berlabel halal, responden menjawab sangat

setuju (SS) 57 orang (57%), setuju (S) 38 orang (38%), netral (N) 5 orang (5%), tidak setuju (TS) 0 orang (0%), serta sangat tidak setuju (STS) 0 orang (0%).

- 3) Jawaban responden mengenai pernyataan selalu memperhatikan label halal pada kemasan, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 33 orang (33%), setuju (S) sebanyak 51 orang (51%), netral (N) sebanyak 16 orang (16%), tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), serta sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 orang (0%).

b. Variabel Sertifikasi BPOM (X2)

Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden

Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
X2.1	23	23	47	47	25	25	5	5	0	0
X2.2	23	23	54	54	22	22	1	1	0	0
X2.3	24	24	54	54	22	22	0	0	0	0

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel, didapati pemaparan mengenai variabel penelitian sertifikasi BPOM (X2) mengenai perolehan setiap jawaban responden yaitu :

- 1) Jawaban seorang responden atas pernyataan mengetahui maksud tulisan BPOM RI pada kemasan produk Gekikara ramen, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 23 orang (23%), setuju (S) sebanyak 47 orang (47%), netral (N) sebanyak 25 orang (25%), tidak setuju (TS) sebanyak 5 orang (5%), dan sangat tidak setuju (STS) 0 orang (0%).
- 2) Jawaban responden mengenai pernyataan dengan adanya kode BPOM RI menjadi pertimbangan untuk membeli produk Gekikara Ramen, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 23 orang (23%), setuju (S) sebanyak 54 orang (54%), netral (N) sebanyak 22 orang (22%), tidak setuju (TS) sebanyak 1 orang (1%), dan sangat tidak setuju (STS) 0 orang (0%).
- 3) Jawaban responden tentang pernyataannya yakin dengan atribut BPOM RI mencerminkan produk Gekikara Ramen bebas dari kandungan zat berbahaya, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 24

orang (24%), setuju (S) sebanyak 54 orang (54%), netral (N) sebanyak 22 orang (22%), tidak setuju (TS) sebanyak 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju (STS) 0 orang (0%).

c. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4. 8 Hasil Jawaban Responden

Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Y.1	5	5	32	32	45	45	17	17	1	1
Y.2	10	10	37	37	50	50	3	3	0	0
Y.3	14	14	44	44	36	36	6	6	0	0
Y.4	6	6	28	28	60	60	6	6	0	0
Y.5	11	11	35	35	49	49	5	5	0	0

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2022.

Sesuai dengan hasil di atas, didapati pernyataan dari variabel penelitian keputusan pembelian (Y) mengenai perolehan setiap jawaban responden yaitu :

- 1) Pernyataan jawaban responden mengenai membeli produk Gekikara Ramen untuk memenuhi kebutuhan responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 5 orang (5%), setuju (S) sebanyak 32 orang (32%), netral (N) sebanyak 45 orang (45%), tidak setuju (TS) sebanyak 17 orang (17%), serta sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%).
- 2) Jawaban dari responden untuk pernyataan tidak mendapatkan hambatan dalam proses pembelian Gekikara Ramen di Indomaret, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 10 orang (10%), setuju (S) sebanyak 37 orang (37%), netral (N) sebanyak 50 orang (50%), tidak setuju (TS) sebanyak 3 orang (3%), serta sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%).
- 3) Jawaban responden yang menyatakan keputusannya membeli produk di Indomaret karena percaya dengan kualitas produk yang dijual, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 14 orang (14%), setuju (S) sebanyak 44 orang (44%), netral (N) sebanyak 36 orang (36%), tidak setuju (TS) sebanyak 6 orang (6%), serta sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%).
- 4) Jawaban responden yang akan merekomendasikan produk Gekikara Ramen kepada orang lain, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 6 orang (6%),

setuju (S) sebanyak 28 orang (28%), netral (N) sebanyak 60 orang (60%), tidak setuju (TS) sebanyak 6 orang (6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%).

- 5) Jawaban responden mengenai pernyataan akan keputusan kembali membeli lagi produk Gekikara Ramen sebab merasa puas dengan produknya, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 11 orang (11%), setuju (S) sebanyak 35 orang (35%), netral (N) sebanyak 49 orang (49%), tidak setuju (TS) sebanyak 5 orang (5%), serta sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%).

4. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

- 1) Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal (X1)

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal

No.	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil	Keterangan
1.	X1.1	0,05	0,361	0,0000,797	Valid
2.	X1.2	0,05	0,361	0,0000,725	Valid
3.	X1.3	0,05	0,361	0,0000,795	Valid

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistik 25.

Tabel di atas terdapat tiga komponen pernyataan. Koefisien korelasi dalam berbagai objek pernyataan lebih besar daripada r hitung > r tabel. Membuktikan jika uji validitas dalam semua pernyataan variabel label halal (X1) dinyatakan valid sehingga bisa dipakai dalam instrument saat dilakukan uji. Nilai r tabel berasal dari rumus $df=n-2$ memakai analisis dua arah total nilai signifikansi 0,05 yakni 0,361.

- 2) Hasil Uji Validitas Variabel Sertifikasi BPOM (X2)

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Sertifikasi BPOM

Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		Keterangan
			Sig	r hitung	
X2.1	0,05	0,361	0,000	0,806	Valid
X2.2	0,05	0,361	0,000	0,797	Valid
X2.3	0,05	0,361	0,000	0,756	Valid

Sumber : Hasil Olah Data dari SPSS Statistik 25.

Ada lima komponen pernyataan dalam tabel tersebut. Koefisien korelasi pada masing-masing objek pernyataan lebih besar dari r hitung > r tabel. Membuktikan jika uji validitas dalam semua pernyataan variabel sertifikasi BPOM (X2) dinyatakan valid sehingga bisa dipakai dalam instrument pengujian. Nilai r tabel berasal dari rumus $df=n-2$ memakai analisis dua arah dengan jumlah signifikansi 0,05 yaitu 0,361.

3) Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No	Item	signifikansi	r tabel	Hasil		keterangan
				Sig	r hitung	
1	Y.1	0,05	0,361	0,000	0,739	Valid
2	Y.2	0,05	0,361	0,000	0,721	Valid
3	Y.3	0,05	0,361	0,000	0,773	Valid
4	Y.4	0,05	0,361	0,000	0,778	Valid
5	Y.5	0,05	0,361	0,000	0,772	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Diolah dengan SPSS Statistik 25.

Tabel di atas berisi lima komponen pernyataan. Koefisien korelasi dalam berbagai objek lebih dari r hitung > r tabel. Membuktikan jika uji validitas dalam kesemua pernyataan variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid oleh karena itu, bisa berguna sebagai instrument pengujian. Nilai dari r tabel, asalnya dari rumus $df=n-2$ digunakan dalam analisa kedua arah berjumlah signifikansi 0,05 yaitu 0,361.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Reliability Coffficients	Alpha	Keterangan
Label Halal (X1)	3 item	0,635	Reliabel
Sertifikasi BPOM (X2)	3 item	0,756	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5 item	0,772	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistik 25

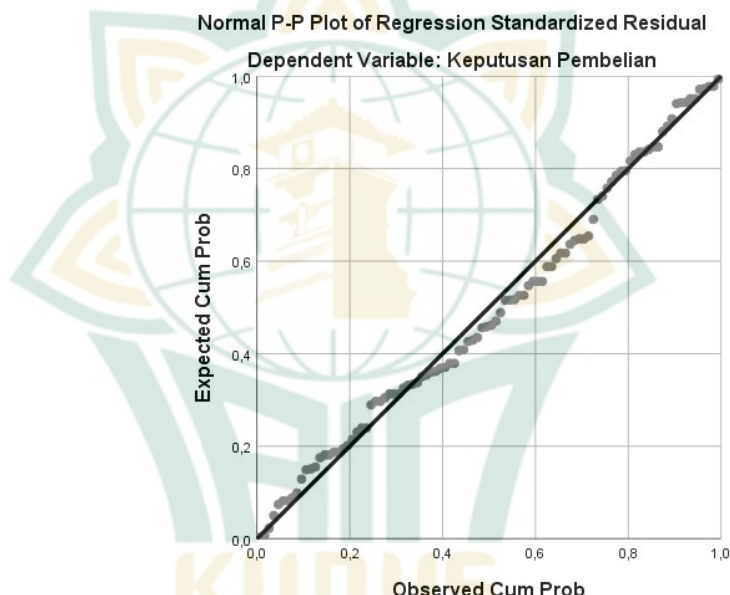
Sesuai tabel di atas, nilai alpha Cronbach pada variabel penelitian ini adalah Label Halal (X1), Sertifikasi BPOM (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) > 0,6 yang menunjukkan data tersebut reliabel dan kuesioner bisa digunakan sebagai penelitian.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas
 - 1) Metode Grafik

Gambar 4.6

Gambar 4. 6 Grafik Normal P.P Plot

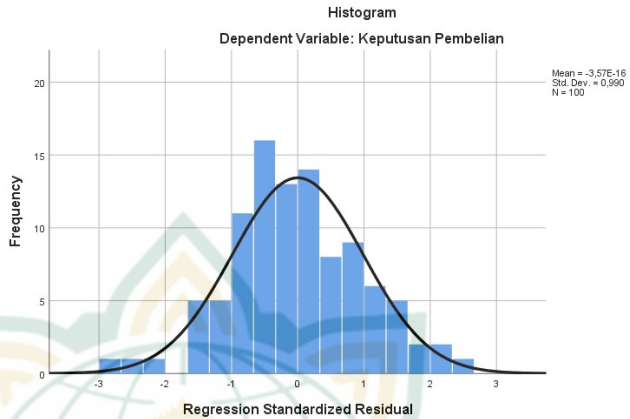


Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistik 25

Berdasarkan pengujian normalitas dalam grafik P-Plot standar yang berpusat dari gambar, terlihat titik-titik beracun pada sepanjang garis diagonal. Maka dari itu, data yang dipakai guna pemenuhan asumsi klasik dari data yang disalurkan dengan wajar.

2) Metode Histogram

Gambar 4. 7 Grafik Histogram Uji Normalitas



Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistik 25

Berdasarkan grafik histogram tersebut, membuktikan jika data residu berbentuk kurva alami seperti lonceng ideal. Maka dari itu, memakai proses histogram data bisa diartikan pendistribusiannya secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VI F
1 (Constant)	7,712	2,499		3,086	,003		
Label Halal	,060	,190	,030	,316	,753	,861	1,161
Sertifikasi BPOM	,738	,154	,463	4,803	,000	,861	1,161

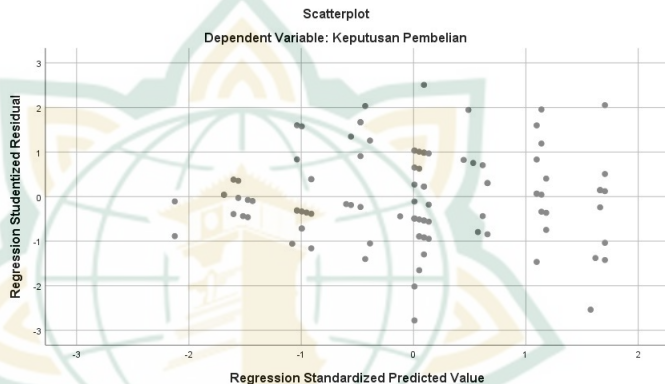
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data Menggunakan SPSS Statistik 25

Berdasarkan tabel tersebut, variabel label halal mempunyai nilai toleransi 0,861 dan variabel sertifikasi BPOM mempunyai nilai toleransi 0,861. Terjadinya multikolinearitas jika angka toleransi di bawah 0,10 dan VIF lebih besar dari 10.00. dengan demikian, bisa diartikan jika perolehan dari penelitian tidak menunjukkan multikolinearitas antara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistik 25

Berdasarkan gambar, grafik ScatterPlot tersebut membuktikan jika penyebaran titik di atas serta di bawah nilai sumbu Y dan 0. Pola poin yang konsisten tidak terbentuk. Bisa disimpulkan yaitu model dari regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Hasil Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,670	1,527		,439	,662		

Label Halal	- ,041	,116	-,038	- ,351	,726	,861	1,161
Sertifikasi BPOM	,160	,094	,184	1,709	,091	,861	1,161
a. Dependent Variable: ABS_RES							

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistik 25

Hasil perolehan persamaan regresi dari analisis linier berganda pada tabel, yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,670 + 0,041 X_1 + 0,160 X_2 + e$$

Keterangan :

Y= Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

a= Konstanta

b= Koefisien Regresi Variabel

X₁= Variabel Independen (Label Halal)

X₂= Variabel Independen (Sertifikasi BPOM)

e= Variabel Pengganggu (*Error*)

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, bisa diartikan beberapa hal di antaranya :

- 1) Nilai konstan 0,670 membuktikan jika tidak ada kendali dari ketiga variabel independen pengaruh lain, variabel penilaian (Y) mempunyai nilai konstan 67,0%
- 2) Koefisien Label Halal 0,041 membuktikan jika tingkat pertumbuhan mencapai 100% di variabel ini akan ada peningkatan 4,1% dalam mengambil keputusan karena faktor-faktor lain semuanya tetap stabil.
- 3) Koefisien Sertifikasi BPOM 0,160 membuktikan jika adanya peningkatan sebesar 100% pada variabel ini, sikap dari keputusan untuk membeli akan meningkat sebesar 16,0% dengan asumsi dari kesemua faktor-faktor tetap stabil.

7. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,712	2,499		3,086	,003
	Label Halal	,060	,190	,030	,316	,753
	Sertifikasi BPOM	,738	,154	,463	4,803	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS 25

Sesuai dari table tersebut, maka bisa diuraikan di antaranya :

1) Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian

Dari tindakan uji yang sudah dilakukan memakai tingkatan signifikansi di taraf 0,05 serta derajat kebiasaanya $df = (n-k-1) = 100-2-1=97$, memperoleh $t_{tabel} = 1,660$. Hasil dari uji statistik label halal pada keputusan membeli mendapat nilai t_{hitung} 0,316 dengan nilai signifikansi 0,753, nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka bisa dinyatakan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,316 < 1,660$) yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_0 dan menolak H_a . Dengan demikian (H_1) tidak diterima sehingga label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Gekikakara Ramen di Indomaret.

2) Pengaruh Sertifikasi BPOM terhadap Keputusan Pembelian

Dari uji memakai signifikansi pada taraf 0,005 dan derajat kebebasanya $df = (n-k-1) = 100-2-1 = 97$ memperoleh $t_{tabel} = 1,660$. Dihasilkan uji statistik label halal pada keputusan membeli memperoleh nilai t_{hitung} 4,803 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai itu lebih rendah dari 0,05, maka bisa dinyatakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,803 > 1,660$) yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a dan menolak H_0 . Dengan demikian (H_2) diterima sehingga sertifikasi BPOM

berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Gekikara Ramen di Indomaret.

- b. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji f)

Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis secara Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197,451	2	98,726	14,110	,000 ^b
	Residual	678,709	97	6,997		
	Total	876,160	99			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), SERTIFIKASI BPOM, LABEL HALAL						

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistik 25

Uji ini dipakai guna menjawab pertanyaan mengenai variabel independen (Label Halal dan Sertifikasi BPOM) secara simultan apakah mempunyai tingkat kepengaruh yang begitu signifikan dengan variabel dependen (Keputusan Pembelian) sesuai dari ketentuan apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima. Dengan pengujian yang memakai tingkat signifikan sebesar 0,05 diperoleh $f_{tabel} = 3,94$. Hasil uji statistik yang didapat f_{hitung} sebesar 14,110 dengan nilai signifikansi 0,000, nilai tersebut menunjukkan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Maka, $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($14,110 > 3,94$) yang artinya variabel Label Halal serta Sertifikasi BPOM secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Gekikara Ramen di Indomaret.

- c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,475 ^a	,225	,209	2,645
a. Predictors: (Constant), Sertifikasi BPOM, Label Halal				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistik

R^2 (Koefisien Determinasi) yaitu 0,209 yang artinya bahwa 20,9% variabel independen (X) mempunyai

pengaruh pada variabel dependen (Y) dan untuk sisa yaitu 79,1% yang bukan termasuk di penelitian ini.

B. Pembahasan

Menurut dari hasil pemaparan serta tes yang disampaikan dari statistik, satu variabel independen baik secara parsial ataupun bersamaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen dan satu variabel tidak berdampak positif tetapi berpengaruh secara signifikan. Penjelasan pada setiap pengaruh variabel dipaparkan sebagaimana di bawah ini:

1. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Gekikara Ramen di Indomaret

Menurut pengujian parsial atau uji t yang sudah dilaksanakan membuktikan jika t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($0,316 < 1,660$) serta nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,753 sehingga bisa dinyatakan variabel label halal tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Gekikara Ramen di Indomaret. Pernyataan tersebut membuktikan jika label halal tidak menjadi alasan penyebab konsumen untuk pengaruh keputusan pembelian.

2. Pengaruh Sertifikasi BPOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Gekikara Ramen di Indomaret

Mengacu pada hasil uji parsial ataupun t membuktikan jika t hitung lebih dari t tabel ($4,803 > 1,660$) dan nilai signifikansi di bawah dari 0,05 sebesar 0,000 sehingga bisa dinyatakan variabel sertifikasi BPOM terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Gekikara Ramen di Indomaret. Pernyataan tersebut membuktikan jika sertifikasi BPOM adalah salah satu faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi BPOM termasuk satu faktor atau alasan penyebab konsumen untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Pernyataan tersebut ditunjukkan dengan jawaban responden dalam kuesioner yang sudah disebar dan mendapatkan jawaban pernyataan mengetahui maksud tulisan BPOM RI pada kemasan produk Gekikara ramen, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 23%, setuju (S) sebanyak 47%. Pernyataan dengan adanya kode BPOM RI menjadi pertimbangan untuk membeli produk Gekikara ramen, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 23%, setuju (S) sebanyak 54%. Jawaban responden mengenai pernyataan yakin dengan atribut BPOM RI mencerminkan produk Gekikara

Ramen bebas dari kandungan zat berbahaya, responden menjawab sangat setuju (SS) sebanyak 24%, setuju (S) sebanyak 54%.

Pernyataan itu sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Lady Arce Savira⁷² serta Fadillah Pratama M dan Suwarto⁷³ mengenai dampak yang dipunyai sertifikasi BPOM terhadap keputusan membeli, bisa disimpulkan jika H_a diterima dan menolak H_o yang berarti sertifikasi BPOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret.

3. Pengaruh Label Halal dan Sertifikasi BPOM terhadap Keputusan Pembelian

Menurut data yang diperoleh memakai uji hipotesis yaitu uji f dan uji t membuktikan jika label halal dan sertifikasi BPOM berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Gekikara Ramen di Indomaret. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil uji F dengan pengujian yang memakai tingkat signifikan sebesar 0,05 didapatkan $f_{tabel} = 3,94$. Hasil uji statistik yang didapat f_{hitung} sebesar 14,110 dengan nilai signifikansi 0,000, nilai tersebut membuktikan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($14,110 > 3,94$).

Menurut hasil uji koefisien determinasi yang dilihat dari nilai adjusted R square adalah 0,209 (20,9%) artinya menyerahkan kekuatan model saat menguraikan pada variabel dependen dan sisanya 70,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diikuti dalam penelitian, sebab berbagai faktor banyak yang berpengaruh keputusan pembelian seperti kualitas produk, citra merek, harga, dan lain-lain.

⁷² Lady Arce Savira, “Skripsi : Pengaruh Atribut BPOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Masyarakat Kecamatan Bagan Sinembah, Kabupaten Rokan Hilir, Riau.)” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2021), <http://repository.uin-suska.ac.id/54352/>

⁷³ Fadillah Pratama M dan Suwarto, “Pengaruh Labelisasi Halal, Label Bpom dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro”, *Jurnal Manajemen Diversifikasi* 1, no.3 (2021), <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/diversifikasi/article/view/677>