

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan melakukan analisis terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian dan loyalitas konsumen terhadap bakso bethesda 74 outlet pusat. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuisisioner sebanyak 80 buah kepada konsumen yang sedang melakukan pembelian di outlet bakso bethesda 74. Kuisisioner penelitian tentunya harus di uji validitas dan reliabilitasnya agar bisa dipergunakan sebagai sumber data penelitian. Untuk analisis validitas digunakan rumus product moment correlation pearson dan untuk menganalisa validitas kuisisioner digunakan rumus cronbachs alpha. Untuk mencapai tujuan penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana, uji t, uji anova dan koefisien determinasi. Analisis data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan program SPSS versi 23 pada sistem operasi Windows.

A. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur (Husein Umar, 2003:103). Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi product moment. Suatu instrumen dinyatakan valid jika memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel (Ghozali, 2013:52). Nilai r -tabel untuk korespondensi 80 dengan toleransi 5% adalah 0,220. Hasil uji validitas yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut;

Tabel 4.1 Hasil Uji validitas

Variabel	Butir	r-hitung	Keterangan
Label halal	1	0,717	Valid
	2	0,846	Valid
	3	0,800	Valid
	4	0,745	Valid
	5	0,768	Valid
	6	0,686	Valid
	7	0,724	Valid
Keputusan Pembelian	1	0,817	Valid
	2	0,888	Valid
	3	0,754	Valid
	4	0,898	Valid
	5	0,922	Valid
	6	0,870	Valid
Loyalitas Konsumen	1	0,870	Valid
	2	0,805	Valid
	3	0,536	Valid
	4	0,808	Valid
	5	0,743	Valid

Sumber: Data Primer 2017

Dari hasil uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa instrumen penelitian dikatakan valid. Karena kesemuanya r-hitung nilainya lebih tinggi daripada r-tabel.

B. Uji Reliabilitas

Setelah kuisisioner dinyatakan valid maka yang dilakukan selanjutnya adalah uji reliabilitas. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama (Husein Umar, 2003:113). Untuk mengetahui reliabilitas instrumen penelitian digunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* $\geq 0,6$. Berikut ini adalah hasil perhitungan nilai *Alpha Cronbach's* terhadap instrumen penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan sistem operasi SPSS Windows.

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach's	Keterangan
Label Halal	0,785	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,809	Reliabel
Loyalitas Konsumen	0,795	Reliabel

Sumber: Data Primer 2017

Dari hasil uji reliabilitas diatas, dapat di ambil kesimpulan bahwa keseluruhan instrumen penelitian dikatakan reliabel. Hal ini dapat dibuktikan dengan besaran nilai koefisien *Alpha Cronbach's*. Karena nilai koefisien *Alpha Cronbach's* pada instrumen penelitian $> 0,6$.

C. Uji Hipotesis

Tabel 4.3
Hasil Uji-T Keputusan Pembelian
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.308	3.725		1.425	.158
Label_halal	.520	.154	.358	3.381	.001

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

Sumber: Data Primer 2017

Berdasarkan hasil uji T di atas, dapat kita peroleh nilai t-hitung sebesar 3.381 dengan signifikansi 0,001. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (P) $\leq 0,5$ dan juga nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel maka dapat kita simpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel label halal dengan keputusan pembelian. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah berikut:

Hipotesis kerja (Ha), label halal berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian terhadap bakso Bethesda 74 outlet pusat.

Hipotesis nol (Ho), label halal tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian terhadap bakso Bethesda 74 outlet pusat.

Dari hasil olah data di atas maka Ho di tolak dan Ha diterima.

Tabel 4.4
Hasil Uji-T Loyalitas Konsumen
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	4.644	2.342		1.983	.051
	Label_halal	.422	.097	.443	4.368	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas_konsumen

Sumber: Data Primer 2017

Berdasarkan hasil olah data di atas dapat diketahui bahwa nilai t-hitung adalah 4.368 dengan probabilitas (p) 0,000. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (P) $\leq 0,5$ dan juga nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel maka dapat kita simpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel label halal dengan loyalitas konsumen. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Hipotesis kerja (Ha), label halal berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas konsumen terhadap bakso Bethesda 74 outlet pusat

Hipotesis nol (Ho), labelisasi halal tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan pada loyalitas konsumen terhadap bakso Bethesda 74 outlet pusat

Dari hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti maka Ho di tolak dan Ha diterima. Sehingga kesimpulan dari uji hipotesis ini terhadap masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Bethesda 74 outlet pusat.
2. Label halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Bakso Bethesda 74 outlet pusat

D. Koefisien Determinasi

Tabel 4.5
Hasil Uji Koefisien Determinasi Keputusan Pembelian
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.358 ^a	.128	.117	4.289

a. Predictors: (Constant), Label_halal

Sumber: Data Primer 2017

Besarnya pengaruh adanya label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso Bethesda 74 ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0.117. artinya 11,7% keputusan pembelian konsumen pada Bakso Bethesda 74 dipengaruhi oleh label halal. Sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar pembahasan penelitian ini.

Tabel 4.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi Loyalitas Konsumen
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.443 ^a	.197	.186	2.696

a. Predictors: (Constant), Label_halal

Sumber: Data Primer 2017

Besarnya pengaruh dari adanya label halal terhadap loyalitas konsumen pada bakso bethesda 74 ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0,186. Yang mana artinya 18,6% loyalitas konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada bakso Bethesda 74 dipengaruhi oleh adanya label halal. Sedangkan selebihnya adalah merupakan variabel lain yang berada diluar fokus penelitian ini.

E. Uji Signifikansi (Uji F)

Tabel 4.7
Hasil Uji F Keputusan Pembelian
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.271	1	210.271	11.433	.001 ^b
	Residual	1434.529	78	18.391		
	Total	1644.800	79			

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

b. Predictors: (Constant), Label_halal

Sumber: Data Primer 2017

Berdasarkan uji anova, diperoleh nilai F hitung sebesar 11.433 dengan probabilitas (p) 0,001. Berdasarkan ketentuan uji f apabila nilai probabilitas (p) $\leq 0,05$ maka terdapat korelasi positif dan signifikan antara label halal dengan keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan label halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bakso bethesda 74.

Tabel 4.8
Hasil Uji Anova loyalitas konsumen
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	138.642	1	138.642	19.081	.000 ^b
	Residual	566.745	78	7.266		
	Total	705.388	79			

a. Dependent Variable: Loyalitas_konsumen

b. Predictors: (Constant), Label_halal

Sumber: Data Primer 2017

Berdasarkan uji anova, diperoleh nilai F hitung sebesar 19.081 dengan probabilitas (p) 0,000. Berdasarkan ketentuan uji f apabila nilai probabilitas (p) $\leq 0,05$ maka terdapat korelasi positif dan signifikan antara label halal dengan loyalitas konsumen. Sehingga dapat disimpulkan label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Bakso bethesda 74.

F. Analisis Regresi Sederhana

Untuk mengkaji pengaruh adanya label halal terhadap keputusan pembelian dan loyalitas konsumen pada Bakso Bethesda 74 digunakan metode analisis regresi linier sederhana.

Hasil dari analisis regresi linier sederhana tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Ringkasan hasil regresi linier

Variabel	Koefisien regresi	t-hitung	Sig t	Keterangan
Label Halal	0,520	3.381	0,001	Signifikan
Keputusan Pembelian	5.308	1.425		
Bagian 2				
Label Halal	0,422	4.368	0,000	Signifikan
Loyalitas konsumen	4.644	1.983		

Sumber: Data Primer 2017

Nilai dari koefisien regresi dan konstanta untuk masing-masing variabel terdapat pada tabel diatas. Dengan demikian persamaan regresi linier sederhana dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Persamaan Regresi Linier Label halal dengan Keputusan Pembelian

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5.308 + 0,520X$$

Persamaan regresi untuk hubungan label halal dengan keputusan pembelian dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Harga konstanta regresi sebesar 5.308. Ini berarti bahwa apabila nilai X sama dengan nol, maka tingkat variabel Y1 sebesar 5.308. Dengan kata lain jika tidak ada pengaruh dari Label Halal maka nilai Keputusan pembelian akan sebesar 5.308.
 - b. Harga koefisien $\beta = 0,520$. Menunjukkan arah positif apabila pengaruh nilai dari variabel X mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka tingkat variabel Y akan meningkat sebesar 0,520 atau menjadi 1,520.
2. Persamaan regresi linier sederhana untuk label halal dengan loyalitas konsumen

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4.644 + 0,422X$$

persamaan regresi untuk hubungan antara label halal dengan loyalitas konsumen dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Harga konstanta regresi sebesar 4.644. Ini berarti bahwa apabila nilai X sama dengan nol, maka tingkat variabel Y sebesar 4.644. Dengan kata lain

jika tidak ada pengaruh dari label halal maka nilai loyalitas konsumen akan sebesar 4.644.

- b. Harga koefisien $\beta = 0,422$. Ini berarti menunjukkan arah hubungan positif apabila pengaruh nilai dari variabel X mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka tingkat variabel Y akan meningkat sebesar 0,422 atau menjadi 1,422.

G. Pembahasan

1. Pengaruh label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Bethesda 74

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari adanya label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada bakso bethesda 74. Dalam penelitian yang peneliti lakukan, selain menjawab melalui kuisisioner, koresponden juga memberikan konfirmasi bahwa label halal merupakan salah satu peranan penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Dengan perincian sebagai berikut:

- a. Konsumen atau responden selalu berusaha untuk mengkonsumsi makanan yang halal. Karena mereka tau bahwa makanan yang halal adalah baik untuk tubuh.
- b. Responden juga percaya bahwa sertifikat halal yang dimiliki oleh bakso bethesda merupakan jaminan kehalalan dari bakso tersebut. Dan jaminan itu diterbitkan oleh MUI.
- c. Label halal juga merupakan salah satu faktor yang berperan dalam proses keputusan pembelian responden.

- d. Budaya halal banyak diikuti oleh responden, karena mereka merasa daging yang diproses dengan tatacara halal lebih aman untuk dikonsumsi.

Hasil dari penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya tentang keputusan pembelian yang pernah dilakukan oleh Wahyu Budi Utami Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, pada tahun 2013, dalam bentuk skripsi yang berjudul : *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei Pada Pembeli Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik Wardah terhadap label halal yang dimiliki Wardah.

Dalam penelitian ini, responden yang diteliti bervariasi, dalam artian terdiri dari berbagai golongan, baik dari segi agama, usia, maupun jenis kelamin. Berikut adalah persebarannya;

Tabel 4.10
Pembagian Agama responden

Agama	Jumlah Responden
Islam	30
Katolik	23
Kristen	23
Budha	1
Tidak Menjawab	3

Tabel 4.11
Pembagian responden berdasar jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Laki-Laki	41
Perempuan	39

2. Pengaruh Label Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bakso Bethesda 74 Outlet Pusat

Setelah kita membahas mengenai pengaruh label halal pada keputusan pembelian, sub bab ini membahas mengenai pengaruh yang diberikan oleh label halal terhadap loyalitas pembelian konsumen pada Bakso Bethesda 74 outlet pusat.

Menurut Griffin (2003) pada jurnal Manajemen dan Bisnis (Riyanti dan Widodo, 2014:227-228) loyalitas dapat didefinisikan sebagai perilaku pembeli.

Pelanggan yang loyal adalah orang yang :

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur
- b. Membeli antar lini produk dan jasa
- c. Mereferensikan kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Oleh karena itu, sesuai dengan hasil olah data yang dilakukan peneliti, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara label halal dengan loyalitas pembelian konsumen pada Bakso Bethesda 74 outlet pusat. Selain berdasar pada hasil olah data, hal ini juga di perkuat dengan penjelasan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.12
Klasifikasi Loyalitas Konsumen

Intensitas	Jumlah
1 sampai 4 kali dalam satu minggu	12 Orang
1 sampai 8 kali dalam satu bulan	30 Orang

Sumber: Data primer 2017

Pada tabel diatas terlihat bahwa terdapat golongan konsumen yang melakukan pembelian berulang secara teratur, seperti yang dijelaskan dalam teori loyalitas konsumen.

Selain dari yang termasuk dalam tabel diatas adalah konsumen yang baru pertama kali membeli sebanyak 13 orang, sedangkan selebihnya adalah mereka yang melakukan pembelian berulang dengan interval waktu yang tidak menentu. Ada beberapa koresponden yang setiap kali ke jogja menyempatkan diri untuk singgah dan menikmati Bakso Bethesda 74. Ada pula yang hanya ke Bakso Bethesda 74 ketika mereka sedang ingin makan bakso. Ada pula diantara mereka yang pernah mengenyam pendidikan di Jogjakarta sehingga sudah mengetahui mengenai Bakso Bethesda 74 ini sejak dahulu.

Tabel 4.13
Persebaran usia responden

Usia	Jumlah Responden
17-20	6
21-30	29
31-40	18
41-50	15
51-70	12

Konsumen Bakso Bethesda 74 juga lebih didominasi oleh generasi muda yang masuk usia 21 tahun hingga 30 tahun. Beru kemudian disusul oleh generasi setelahnya. Sementara untuk usia dibawah 20 tahun sangat sedikit.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti selain koresponden mengisi kuisisioner, koresponden juga memberikan konfirmasi bahwa label halal merupakan salah satu hal yang berpengaruh penting dalam kaitannya terhadap loyalitas konsumen. Dengan perincian sebagai berikut:

- a. Koresponden merasa aman dengan adanya label halal pada Bakso Bethesda 74 serta terdapatnya label halal membuat koresponden lebih tertarik untuk melakukan pembelian ulang.
- b. Dengan adanya label halal, membuat koresponden juga merasa aman untuk mengkonsumsi berbagai varian menu lainnya
- c. Koresponden senang untuk merekomendasikan Bakso Bethesda 74 kepada kerabat dan orang lain, karena mereka merasa aman dengan adanya label halal yang dimiliki Bakso Bethesda 74.
- d. Koresponden lebih memilih mengkonsumsi Bakso Bethesda 74 daripada bakso lain yang belum memiliki label halal MUI.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Dyah Tiara Rita Meitia Mahasiswa Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Gajah Mada, tahun 2015, dalam bentuk skripsi yang berjudul: *Analisis Pengaruh Label Halal Warung Bakso Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM) Di Kota Yogyakarta*. Dalam penelitian tersebut, terdapat hubungan yang positif

dan signifikan antara label halal yang dimiliki oleh warung bakso terhadap loyalitas konsumen.