

**PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS DAN LITERASI
HALAL PADA PRODUK MAKANAN KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI
KABUPATEN SIMALUNGUN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E) Pada Program Study
Perbankan Syariah*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh:

Lusiana Adilla Mansur

1901270055

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2023

PERSETUJUAN
Skripsi berjudul
**PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS DAN LITERASI HALAL
PADA PRODUK MAKANAN KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI
KABUPATEN SIMALUNGUN**

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi

Oleh :

Lusiana Adilla Mansur
NPM : 1901270055

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing



Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah ini dipersembahkan kepada seluruh keluargaku

Ayahandaku Muhammad Mansur

Ibunda Juliana

Adik kandungku Muhammad Aqmal Ibbenuh Mansur & Qori Sandioriva

Mansur

Sepupuh dan Keponakanku Yang Memberi Dukungan

Kakek dan Nenek-ku Yang paling Kusayangin

Seluruh Oom - Oom dan Ibuk – Ibukku

**Tak lekang senantiasa memberikan doa dan dukungan demi
kesuksesan dan keberhasilan bagi diriku**

Motto :

**KESUKSESAN DIMULAI DARI
KEPUTUSAN UNTUK MENCOBA.:)**

&

You can do it never give up

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lusiana Adilla Mansur

NPM :1901270055

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyataka dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “ Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun” merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:



Lusiana Adilla Mansur
NPM : 1901270055

PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, September 2023

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Lusiana Adilla Mansur** yang berjudul "**Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing



Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Lusiana Adilla Mansur
NPM : 1901270055
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun

Medan, September 2023

Pembimbing

Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

Dekan,



Muhammad Qorib, MA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Lusiana Adilla Mansur
NPM : 1901270055
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, September 2023

Pembimbing

Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**

Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI

Dekan,



Dr. Muhammad Qorib, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Hal ini merupakan surat yang dibuat oleh sistem dan tidak memiliki nilai hukum.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati SE.I, M.EI
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.Sy., MEI

Nama Mahasiswa : **Lusiana Adilla Mansur**
Npm : **1901270055**
Semester : **VIII**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
19 Agustus 2023	Memperbaiki kuesioner, satu variabel harus 15 pertanyaan	fl	
04 September 2023	Memperbaiki Uji Reliabilitasnya, Masakkan yang Asli, yang langsung dari SPSS.	fl	

Medan, 2023

Diketahui/Disetujui
Dekan



Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati SE.I, M.EI

Pembimbing Skripsi

Riyan Pradesyah S.E.Sy., MEI



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Peta mengesah surat ini agar dibebaskan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati SE.I, M.EI
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI

Nama Mahasiswa : Lusiana Adilla Mansur
Npm : 1901270055
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
6 September 2023	Memperbaiki Uji T, di Uji T harus lebih di deskripsikan. Tingkat Uji T harus dibahas satu persatu.	<i>Rh</i>	
8 September 2023	Memperbaiki Uji F. Uji F harus lebih dijabarkan Tingkat Uji F harus dibahas lebih detail	<i>Rh</i>	

Medan, 2023



Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Rh
Dr. Rahmayati SE.I, M.EI

Pembimbing Skripsi

Rh
Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Pada setiap saat kami siap dengan sepenuh hati
menyambut dan melayani

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati SE.I, M.EI
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.Sy., MEI

Nama Mahasiswa : **Lusiana Adilla Mansur**
Npm : **1901270055**
Semester : **VIII**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
10 September 2023	Memperbaiki kesimpulan. Kesimpulan Harus Mengikuti Rumusan Masalah	fh	
12. September 2023	Acc Sidang Skripsi	fh	.

Medan, 2023



Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati SE.I, M.EI

Pembimbing Skripsi

Riyan Pradesyah S.E.Sy., MEI

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertabankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Lusiana Adilla Mansur
NPM : 1901270055
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 21/09/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr.Rahmayati,SE.I,M.EI
PENGUJI II : Dr. Salman Nasution, M.A



PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTRI AGAMA DAN MENTRI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 th.1987

Nomor: 0543Bju/1987

Transliterasi dimaksud sebagai pengalihan-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadhanha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ز	Ra	R	Er
س	Zai	Z	Zet

ض	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdanye
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. **a.**

Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fatfiah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	ḍammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ى □	fatfiahdanya	Al	a dan l
و □	fatfiah danwaw	Au	a dan u

Contoh:

- *kataba*: كتب
- *fa'ala*: فعل
- *kaifa*: كيف

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا □	fatfiah dan alif atau ya	Ā	a dangarisdiatas
ى □	Kasrah dan ya	Ī	idan garisdi atas
و — و	ḍammah dan wau	Ū	udan garisdi atas

Contoh:

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) *Ta marbūtah* hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat *ḥarkat fathāh*, *kasrah* dan “*ammah*, transliterasinya (t).

- 2) *Ta marbūtah* mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah

(h).

- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- *raudah al-atfāl* - *raudatul atfāl* : لصووضحالطفا
- *al-munawwarahal-Madīnah* : المدييهاالمىوزج
- *ṭalḥah* : طلح

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu. Contoh:

- *rabbanā* : رَبَّنَا
- *nazzala* : نَزَّلَا
- *al-birr* : الْبِرِّ
- *al-hajj* : الْحَجِّ
- *nu‘ima* : نُوعِمَا

f. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, itu hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu terletak di awal kata, ini tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh:

- *ta'khuzūna*: ذرونا
- *an-nau'*: اووء
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: اھصخ
- *akala*: اكل

g. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

h. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat.

Bilaname itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Innaawwalabaitinwudi^{‘‘}alinnasilalazibibakatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laz³unzilafihil-Qur^{‘‘}anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur^{‘‘}anu
- Walaqadra^{‘‘}ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-^{‘‘},alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan Contoh:

- Naşrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami^{‘‘}an
- Lillahil-amrujami^{‘‘}an
- Wallahubikullisyai^{‘‘}in ^{‘‘},alim

i. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*.

Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwi*

ABSTRAK

Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun

**Lusiana Adilla Mansur NPM 1901270055
Pembimbing Riyan Pradesyah S.Ey.,MEI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat religiusitas dan literasi halal terhadap keputusan membeli produk halal di Kabupaten Simalungun, Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian pendekatan kuantitatif dimana data yang diambil dari hasil penyebaran kuesioner, Lokasi Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di pasar baru jl. Sei Langgei Kecamatan Bandar Masilam II, Kabupaten Simalungun, populasi dalam penelitian ini berjumlah 700 responden , teknik yang sampel yang digunakan adalah sampling slovin dengan jumlah 255 responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, adapun hasil penelitian ini adalah , Dalam penelitian ini terdapat pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap keputusan pembelian produk halal di Kabupaten Simalungun karena t hitung $>$ tabel ($3.075 > 1.650$) dan signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$ Dalam penelitian ini terdapat pengaruh literasi halal terhadap keputusan pembelian produk halal di Kabupaten Simalungun karena t hitung $>$ t tabel ($4.324 > 1.650$) dan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$ Dalam penelitian ini variabel bebas yang terdiri dari Literasi Halal, Tingkat Religiusitas secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal dikarenakan nilai f hitung $>$ f tabel ($54.280 > 2.63$) dan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

Kata kunci : Literasi Halal, Tingkat Religiusitas dan keputusan pembelian

ABSTRACT

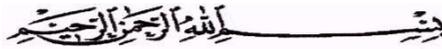
The Influence of the Level of Religiosity and Halal Literacy in Packaged Food Products on Purchasing Decisions of Muslim Consumers in Simalungun Regency.

***Lusiana Adilla Mansur NPM 1901270055
Supervisor Riyan Pradesyah S.Ey.,MEI***

This research aims to determine the level of religiosity and halal literacy on the decision to purchase halal products in Simalungun Regency. In this research, researchers used a quantitative research approach where the data were taken from the results of distributing questionnaires, the location of this research was carried out at Pasar Baru Jl. Sei Langgei, Bandar Masilam II District, Simalungun Regency, the population in this study was 700 respondents, the sample technique used was slovin sampling with a total of 255 respondents. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this research are: In this research, there is an influence of the level of religiosity on the decision to purchase halal products in Simalungun Regency because $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($3,075 > 1,650$) and a significance of $0.002 < 0.05$ In this study there is an influence of halal literacy on the decision to purchase halal products in Simalungun Regency because $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($4.324 > 1.650$) and the significance level is $0.000 < 0.05$ In this study the independent variables consist of Halal Literacy, Religiosity Level together has an influence on the decision to purchase halal products because the calculated $f \text{ value} > f \text{ table}$ ($54,280 > 2.63$) and a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Halal Literacy, Level of Religiosity and purchasing decisions

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul **“PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS DAN LITERASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI KABUPATEN SIMALUNGUN”** guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjanah Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis tentunya menyadari setiap manusia itu mempunyai kelemahan serta keterbatasan dan sehingga dalam menyelesaikan proposal ini dibutuhkan bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Karunia, Maghfirah Dan Rahmatnya Serta Keselamatan Dan Kesehatan Kepada Penulis
2. Orang Tua Penulis, Ayahanda Muhammad Mansur dan Ibunda Juliana tercinta yang telah memberikan banyak waktu, pikiran, tenaga dan kasih sayang sejak penulis lahir sampai saat ini. Ucapan terima kasih tak lupa penulis persembahkan kepada Bapak Selamat dan ibu sri, bapak susi dan ibu idah, bapak wira dan ibu sri besar serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan penulis dan memberikan semangat dalam penyelesaian Skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
3. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc Prof. Dr. Muhammad Qarib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr Zailani, S.Pd.I, M.A selaku wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Rahmayati SE.I, M.EI Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Riyan Pradesyah S.Ey., MEI Selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak Riyan Pradesyah S.Ey., MEI selaku Dosen Pembimbing Yang Memberikan Izin Dalam Penulisan Proposal ini dan sekaligus mmberikan arahan dan bimbingan arahan dalam penulisan proposal ini.
10. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Seluruh Masyarakat di Kabupaten Simalungun yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan penelitian.
12. Saudara sekandung penulis, adik Muhammad Aqmal Ibbenuh Mansur dan Qori Sandioriva Mansur yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama masa kuliah hingga sampai saat ini.
13. Terimakasih kepada sahabat-sahabat terbaik penulis Nada Syifa,Noviwan Azizah, Nurhayun Sitompul, Cici Aninda, Rini Wardani, Cici Cahyani, Mutiara Hanum Lubis, Ayu mardiatin zanah Dan Ulfa Rahmi yang senantiasa mengisi hari-hari penulis selama masa kuliah serta membantu penulis dalam mengolah data.
14. Seluruh sahabat perbankan syariah B1 Pagi dan teman-teman kos jl. Gunung Sinabung No.30 atas dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik bersama teman-teman seperjuangan.

Penulis tentunya menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta terdapat banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tulisan ini. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya kepada seluruh pembaca. Semoga Allah SWT memberikan Pahala berlipat dan

selalu memberikan rahmat dan kasih sayangnya kepada kita semua hingga akhir.
Aamiin.

Medan...2023

penulis

Lusiana Adilla Mansur

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulis	6
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	8
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Pengertian Religiusitas.....	8
2. Pengertian Literasi Halal.....	11
3. Produk Kemasan Makanan Halal.....	12
4. Keputusan Pembeli.....	13
5. Konsumen	15
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Pendekatan Penelitian	22
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	22

1. Lokasi Penelitian	22
2. Waktu Penelitian	22
C. Populasi Dan Sampel	23
1. Populasi	23
2. Sampel.....	23
D. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Penelitian	24
1. Variable Indenpenden	24
2. Variable Dependen.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
1. Observasi.....	25
2. Angket.....	25
F. Instrument Penelitian	26
G. Uji Kualitas Data.....	27
1. Uji Valititas	27
2. Uji Reliabilitas	27
H. Uji Prasyarat.....	28
1. Uji Asumsi Klasik.....	28
a. Uji Normalitas.....	28
b. Uji Multikolinearitas	28
c. Uji heteroskedastisitas.....	28
I. Teknik Analisis Data.....	29
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
2. Uji Hipotesis.....	30
a. Uji T (Uji Parsial).....	30
b. Uji F (Uji Simultan)	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	31
1. Kabupaten Simalungun	31
2. Pertumbuhan Ekonomi.....	31
B. Deskripsi Karakter Responden.....	32
C. Hasil Penelitian	33

1. Analisis Statistic Deskriptif.....	33
2. Uji Validitas Dan Reliabilitas	34
a. Uji Validitas	34
b. Uji Reliabilitas	36
3. Uji Asumsi Klasik.....	37
a. Uji Normalitas.....	37
b. Uji Multikolineritas.....	37
c. Uji Heterokedasitas	39
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
5. Uji Hipotesis.....	41
a. Uji T	41
1. Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal.....	42
2. Pengaruh Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim	42
b. Uji F	42
6. Koefisien Determinasi.....	43
D. Pembahasan.....	44
1. Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Pembeli	44
2. Pengaruh Produk Kemasan Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembeli.....	44
3. Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Produk Kemasan Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembelian	45
BAB V PENUTUP	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.2 Waktu Penelitian	22
Tabel 3.2 Variabel Operasional Independen Dan Skala	24
Tabel 3.3 Variabel Operasional Dependen Dan Skala	25
Tabel 3.4 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert	26
Table 4.1 Jenis Kelamin.....	32
Table 4.2 Usia Pendidikan.....	32
Table 4.3.....	33
Table 4.4 Analisis Statistics Deskriptif.....	33
Table 4.6 Uji Validitas X1	34
Table 4.7 Uji Validitas X2	35
Table 4.8 Uji Validitas Y	35
Table 4.9 Uji Reliabilitas Religiusitas	37
Table 4.10 uji relibialitas literasi halal produk makanan kemasan	37
Table 4.11 uji relibialitas keputusan pembelian.....	37
Table 4.12 Coefficients^a.....	39
Table 4.13 Coefficients^a	40
Table 4.14 Coefficients^a	41
Table 4.15 ANNOVA^b.....	43
Table 4.14 Model Summary^b.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Histogram Normalitas	37
Gambar 4.2 P Plot Normalitas	37
Gambar 4.3 Scatterplot	39

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Produk makanan produk yang sering dicari oleh masyarakat dimana produk ini sangat dibutuhkan untuk kelangsungan hidup. Di Indonesia banyak produk makanan yang beredar hal ini di karenakan banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi produk makanan sehingga berbanding lurus dengan peningkatan produk makanan, hanya saja banyak produk di Indonesia yang tidak terjamin kehalalannya, hal ini tentunya akan mengurangi kepercayaan masyarakat muslim Indonesia dalam mengkonsumsi makanan halal dikarenakan mayoritas masyarakat di Indonesia adalah muslim.

Di era modern ini, banyak perusahaan makanan berlomba-lomba menerbitkan makanan berlabel halal pada bahan makanan yang diproduksinya untuk konsumsi masyarakat umum. Pelaku usaha mikro dan kecil bergeliat dan menunjukkan gairah tinggi untuk mengajukan produknya bersertifikat halal. Islam juga mengajarkan bahwa semua Muslim harus menghindari makanan yang tidak halal (seperti babi dan daging anjing) dan bahwa makanan yang tidak halal berbahaya bagi tubuh manusia. Dengan mendistribusikan makanan bersertifikat halal, konsumen merasa bahwa produk yang dibelinya aman, nyaman dan bersih higienis. Dari sisi pengetahuan komoditas produk halal, beliau menyampaikan pendapatnya bahwa kepekaan konsumen Indonesia terhadap produk halal yang ada masih kurang dan cenderung personal atau acuh tak acuh terhadap lingkungan. Kebanyakan orang memejamkan mata. Hal ini menunjukkan bahwa standar peringkat konsumen, sampai batas tertentu, masih berada dalam ranah keegoisan dan ketidakberdayaan secara keseluruhan. Jangan khawatir untuk konsumen lain (Anis setyowati 2022). Menurutnya, tujuan dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia adalah untuk meningkatkan pengetahuan umum kepada masyarakat dan kesadaran akan kepedulian terhadap seluruh konsumen lainnya. Dengan meningkatnya ketersediaan berbagai jenis makanan, kekhawatiran konsumen tentang bahan makanan semakin

meningkat. Namun, konsumen lebih rentan terhadap makanan berlabel tertentu. Salah satunya adalah Label Halal, label yang terkenal pada semua produk kemasan di Indonesia. Label menampilkan simbol dan tanda yang menjamin kualitas dan garansi produk. Selain itu, label menyampaikan informasi tentang produk dan pabrikan yang membuatnya. Tentunya hal ini sangat berpengaruh terhadap kepercayaan dari mereka yang mengonsumsi produk tersebut, khususnya umat Islam, dan tentunya menjadi faktor penting dalam memutuskan untuk mengonsumsi produk tersebut atau tidak (Anis setyowati.2022).

Di Indonesia sendiri masyarakatnya bermayoritas Muslim dengan sekitar 87,18% atau 232,5 juta orang. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu konsumen produk halal terbesar di dunia. Populasi Muslim Indonesia tumbuh secara signifikan, berdampak pada permintaan akan produk halal yang semakin banyak. Situasi ini memaksa berbagai perusahaan untuk memberikan perhatian khusus pada produksi produk halal. Di era persaingan bisnis saat ini, diperlukan pemecahan masalah pasar untuk memenuhi permintaan produk halal dan menciptakan peluang bisnis yang besar untuk bersaing di masa depan. Pada tahun 2014, pemerintah mengeluarkan Undang-undang No. 2. 33 Tentang jaminan produk halal, undang-undang tersebut mengartikan bahwa halal akan menjadi faktor penting dalam pemilihan produk untuk dikonsumsi oleh komunitas Muslim, sehingga sulit bagi komunitas Muslim untuk mengkonsumsinya. produk halal. Itu wajib. Data dari Master Plan Ekonomi Islam 2019-2024 menunjukkan bahwa total nilai konsumsi industri halal Indonesia mencapai lebih dari US\$200 miliar pada tahun 2017, terhitung 36% dari total konsumsi rumah tangga dan organisasi nirlaba yang melayani rumah tangga (D. B. Pratama et al., 2020).

Terlampau Perkembangan halal ini juga didukung oleh tren bisnis yang didominasi oleh bisnis syariah yang menggunakan merek halal untuk menawarkan produk dan layanan. Tren bisnis ini dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk membentuk sikap di masyarakat bahwa produk dan layanan halal menjadi prioritas dalam pembelian produk. Dengan jumlah penduduk yang besar tersebut, Indonesia telah memperoleh pangsa pasar global, khususnya di

bidang pangan. Saat ini, tidak lagi sulit untuk melakukan bisnis di dalam negeri dan internasional. Impor dan ekspor barang adalah hal yang biasa bagi negara-negara di seluruh dunia. Berbagai pangan industri bermunculan tidak hanya dari produksi dalam negeri tetapi juga dari luar negeri, dan masyarakat perlu lebih selektif terhadap pangan yang mereka konsumsi. Dari makanan pokok sehari-hari seperti beras, gandum, dan biji-bijian hingga makanan cepat saji. Allah SWT telah memerintahkan umat Islam untuk mengkonsumsi makanan halal sebagai wujud nyata keimanannya kepada Tuhan. Konsumsi Islam tidak lepas dari peran iman. Peran iman merupakan kriteria penting karena iman menyampaikan pandangan dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Allah SWT menetapkan bahwa umat Allah yang mengkonsumsi makanan halal harus memiliki tujuan tertentu. Namun, asupan makanan yang berlebihan juga merupakan pemborosan, sehingga dilarang. Perbuatan yang tidak disukai Allah SWT menguras sumber daya alam dan merusak alam tanpa tujuan yang jelas. Oleh karena itu, sebagai umat Islam yang mengikuti larangan Tuhan, kita harus memastikan kelestarian dan kesejahteraan semua. Salah satu hal yang perlu dipertahankannya adalah konsumerisme.

Kurangnya pemahaman tentang sertifikasi halal makanan pada produk kemasan membuat masyarakat di Sei Langgei Kabupaten Simalungun asal saja dalam mengkonsumsi makanan yang ada, contohnya seperti keripik-keripik yang dijual dalam kemasan polos tanpa adanya label halal karena buatan rumahan. Rendahnya kesadaran halal di kalangan penjual dan pembeli di Sei Langgei Kabupaten Simalungun membuat para pedagang dan pembeli acuh tak acuh masalah itu, contohnya pedagang bakso rumahan, yang digunakan memang bahan-bahan yang halal seperti daging ayam, tepung, rempah-rempah, akan tetapi di produk jualannya tidak ada label halal dan tetap dikonsumsi oleh masyarakat Sei Langgei karena penjualnya diketahui seorang muslim. Kurangnya pemahaman tentang sertifikasi halal dan rendahnya kesadaran halal di kalangan konsumen muslim masyarakat Sei Langgei membuat peneliti ingin meneliti lebih jauh dan mengetahui seberapa jauh masyarakat Sei Langgei Kabupaten Simalungun peka dan paham terhadap label

halal pada makanan kemasan dan penjual-penjual makanan rumahan seperti bakso donat keripik dan makanan lainnya.

Untuk menyelaraskan aturan agama, Indonesia sudah memiliki lembaga yang bertugas menyediakan perumahan bagi umat Islam, mempromosikan dan melindungi ulama Islam, Zuama, dan ulama Indonesia. Lembaga ini adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang tugasnya membantu pemerintah dalam menyelenggarakan urusan-urusan yang berkaitan dengan umat Islam di Indonesia agar umat Islam di Indonesia memiliki arah dan tidak disesatkan oleh aliran-aliran yang tidak sesuai dengan Alquran. Seperti mengeluarkan fatwa tentang kehalalan suatu makanan, menentukan benar tidaknya mazhab dalam agama Islam, dan hal-hal yang berkaitan dengan hubungan antara seorang pemeluk Islam dengan lingkungannya.

Selain itu, label halal pada setiap produknya juga menjadikan orang yang mengkonsumsinya tidak hanya sebagai bentuk pemenuhan kebutuhannya, tetapi juga sebagai bentuk ibadah untuk mendapatkan ridha Allah SWT dari segala macam keputusan yang diambil saat kita menjalankannya. keluar syariah sebagai muslim yang taat. Namun, masih banyak masyarakat muslim di Indonesia yang kurang memperhatikan label halal pada setiap produk yang akan mereka konsumsi, seperti makanan atau kosmetik untuk wanita. Hal ini tentunya menjadi garis besar bagi masyarakat dan pemerintah untuk terus memberikan literasi kepada masyarakat muslim agar mengkonsumsi produk berlogo halal. Tentu saja, meskipun produk tersebut telah mendapatkan tanda Halal, dijamin dari bahan baku, proses pembuatan, peralatan yang digunakan, hingga distribusi produk ke pasar. Hal ini tentunya dipastikan oleh LPOM MUI dalam hal kredibilitas dan konsistensi izin edar produk halal (Prahesti, 2018).

Pentingnya memiliki sikap peduli terhadap produk yang dikonsumsi juga menjadi salah satu faktor kunci dalam pemilihan pangan masyarakat. Indonesia memiliki penduduk muslim yang besar dan perlu adanya pembatasan pemasaran produk yang belum memiliki label halal agar masyarakat tidak terkecoh dengan produk yang mereka beli dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan. Saya memiliki. Karena faktor harga

juga mempengaruhi masyarakat saat memilih produk tersebut untuk dikonsumsi. Salah satu contohnya adalah seorang mahasiswa yang pergi ke luar negeri untuk melanjutkan studinya di luar negara asalnya. Ini adalah contoh terkenal seorang siswa yang memilih produk murah yang termasuk dalam kategori "cukup baik" untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Walaupun produk murah ini sudah berlabel halal dan aman dikonsumsi umum, belum tentu. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen untuk memiliki logo berkualitas tinggi untuk menciptakan audiens yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan (Prahesti, 2018).

Banyaknya masyarakat muslim di Indonesia maka banyak pula yang akan mengkonsumsi makanan yang bersertifikasi halal, akan tetapi masih banyak produk makanan yang beredar di Indonesia yang tidak memiliki sertifikasi halal tetapi tetap dikonsumsi masyarakat. Saat ini produk-produk yang di impor ke Indonesia diperdagangkan dalam berbagai kemasan yang menarik. Selain itu, seiring berkembangnya industri makanan, produsen mengembangkan lebih banyak produk inovatif. Bahan yang digunakan juga semakin beragam. Konsumen harus berhati-hati karena mungkin mengandung bahan makanan yang tidak murni seperti lemak babi dan alkohol. Untuk itu penulis memberi judul penelitian **“Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis mengidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman tentang sertifikasi halal makanan kemasan di kalangan konsumen muslim
2. Rendahnya kesadaran halal di kalangan konsumen muslim
3. Masih beredarnya produk makanan yang tidak memiliki sertifikat halal

C. Rumusan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang semula direncanakan, maka penulis menerapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan pembeli pada konsumen muslim di kabupaten simalungun ?
2. Apakah ada pengaruh literasi halal pada produk makanan terhadap keputusan pembeli pada konsumen muslim di kabupaten simalungun ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat religiusitas terhadap keputusan membeli produk halal di kabupaten simalungun.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap keputusan membeli produk halal di kabupaten simalungun.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, manfaat penelitian dari pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

Pertama, manfaat teoritisnya adalah meningkatnya pengetahuan tentang perilaku konsumen muslim saat melakukan keputusan pembelian, khususnya yang berkaitan dengan produk kemasan berlabel halal.

praktis kedua adalah, untuk menjelaskan kepada pembaca pendapat masyarakat muslim tentang pelabelan halal makanan kemasan melalui survei ini.

F. Sistematika Penulis

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu, sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan. Pada bab ini, mencakup latar belakang masalah yang di deskripsikan dalam penelitian ini. Kemudian memaparkan tentang permasalahan (terdiri dari identifikasi masalah, pembatasan masalah, dan perumusan masalah), tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: kajian pustaka dan kajian penelitian terdahulu. Pada bab ini akan menjelaskan terkait kerangka pemikiran dan hipotesis (jika ada).

BAB III: Metode penelitian. bab ini merupakan bab dari penjelasan jenis penelitian yang terdiri atas jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variable penelitian dan drfinisi operasional variable, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, uji patasyarat, teknik analisis data.

BAB IV: Hasil penelitian dam pembahasan. Bab ini berisi tentang deskripsi penelitian, temuan penelitian, dan pembahasan.

BAB V: Penutup, bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas adalah satu sistem yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat ketuhanan. Religiusitas adalah suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama (being religious), dan bukan sekadar mengaku mempunyai agama (having religion). Religiusitas meliputi pengetahuan agama, keyakinan agama, pengamalan ritual agama, pengalaman agama, perilaku (moralitas) agama, dan sikap sosial keagamaan. Dalam Islam, religiusitas pada garis besarnya tercermin dalam pengamalan akidah, syariah, dan akhlak, atau dengan ungkapan lain: iman, Islam, dan ihsan. Bila semua unsur itu telah dimiliki oleh seseorang, maka dia itulah insan beragama yang sesungguhnya (Fitriani, 2016).

Menurut Nashori & Mucharam (2002) menjelaskan bahwa religiusitas mengacu pada derajat pengetahuan seseorang tentang agama, derajat keyakinan agama, tingkat ketekunandalam menjalankan ibadah dan akidah, dan tingkat penghargaan terhadap agama yang dianutnya. Menurut Djamaluddin dan Suroso (2011) ada beberapa indikator dari religiusitas yaitu; keyakinan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan (Ngadimen & Widyastuti, 2021).

Menurut Darajat (2011), religiusitas sangat berkaitan dengan agama, dikarenakan religiusitas berarti seberapa jauh keyakinan seseorang dalam pengetahuan agamanya, seberapa taat dalam melaksanakan ibadah serta perintahNya dan menjauhi laranganNya. Semakin religius seseorang maka semakin tinggi penghayatan seseorang tersebut atas agamanya. Agama itu sendiri memiliki fungsi untuk mengikat hubungan antara manusia dengan alam dan Tuhannya sehingga terdapat kewajiban yang harus ditaati dan larangan yang harus dihindari. Nilai koefisien korelasi religiusitas lebih besar daripada nilai koefisien korelasi pada variabel labelisasi halal walaupun tidak

terpaut jauh, memiliki arti bahwa konsumen muslim dalam konsumsinya sehari-hari secara tidak langsung tidak lepas dari aspek agamanya, Mahmud (2017) mengatakan konsumen yang religius akan menghindari perkara perkara yang belum jelas kehalalannya atau yang bersifat syubhat sehingga akan mendahulukan produk yang pasti halal . Dalam AlQur'an religiusitas dijelaskan melalui nilai-nilai ketauhidan berdasarkan keimanan atas keesaan Allah, ketika manusia percaya pada Allah maka kehidupannya akan dipengaruhi oleh perintah-perintahNya. Hal ini akan membawa kebaikan baik pada kehidupan dunia ataupun kehidupan nanti di akhirat (Suroso, 2015). Hal ini juga sejalan dengan teori dari Glock & Stark pada Wahyudin (2013) dimana ada beberapa dimensi yang mengukur religiusitas seseorang salah satunya yaitu dimensi praktik agama yaitu sampai mana seseorang melakukan kewajiban agamanya atau bisa diartikan sejauh mana tingkat kepatuhan seseorang terhadap perintah dan anjuran agamanya, dimensi pengalaman yaitu perasaan perasaan ataupun sensasi tertentu yang dialami oleh seseorang akibat dari religiusitasnya dan dimensi intelektual yang berkaitan dengan pemahaman seseorang mengenai agamanya. Agama Islam merupakan agama yang mengatur secara menyeluruh hal hal yang ada pada kehidupan manusia baik itu kebutuhan jasmani ataupun rohani, baik kehidupan di dunia ataupun di akhirat. Kereligiusan seseorang dapat terlihat melalui berbagai cara misalnya ketika seseorang melakukan peribadahan, beraktivitas ataupun saat mengkonsumsi sesuatu yang berlandaskan oleh kekuatan spiritual (Nugroho & Anwar, 2020).

Berikut penjelasan beberapa indicator dari religiusitas :

a. Dimensi keyakinan / ideology

Dimensi ini menunjukkan pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agama, terutama yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dalam Islam, dimensi ini berkaitan dengan rukun iman yang berisi enam kepercayaan, yaitu percaya dengan ke-Esaan Allah swt, percaya terhadap malaikat-malaikat Nya, Rasul-rasul, Kitab-kitab Nya, adanya hari kiamat dan percaya dengan adanya qada dan qadar. Konsep tauhid atau pengakuan akan ke-Esaan Allah swt menjadi dasar dari dimensi ini.

b. Dimensi praktik

Pada dimensi ini berkaitan dengan komitmen dan ketaatan terhadap agama yang dianutnya, yang diwujudkan dalam ritual atau peribadatan. Dimensi ini dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Ritual, mengacu pada seperangkat tindakan keagamaan formalformal dan praktik-praktik suci yang mengharapakan pemeluknya melaksanakan. Dalam Islam, bentuk ritual yang dimaksud adalah: shalat, puasa, zakat, naik haji bagi mampu, membaca dan mengamalkan al-Qur'an, berkorban dan lainnya.
- 2) Ketaatan, ketaatan dan ritual bagaikan ikan dan air. Ketika seseorang telah mengetahui ritual-ritual yang harus dilakukan, maka sedapat mungkin ritual itu dilakukan semaksimal mungkin untuk menunjukkan bahwa "saya adalah orang yang taat dan komit terhadap agama".

c. Dimensi pengalaman

Dimensi ini berkaitan dengan seberapa besar tingkat seseorang dalam merasakan pengalaman-pengalaman religinya. Dimensi ini terwujud dalam perasaan bersyukur kepada Allah swt, percaya kepada Allah akan doa-doa kita, khushyu ketika melaksanakan shalat, perasaan bergetar hatinya ketika mendengar ayat-ayat al-Qur'an, tertolong dari maut akibat bersedekah, Allah maha memberi rezeki dan lain sebagainya.

d. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini menunjukkan pada tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim pada ajaran-ajaran agamanya, terutama ajaran-ajaran pokok yang termuat dalam al-Qura'an. Pemahaman agama dapat dicapai melalui aktivitas rasional empiris maupun tekstual normatif. Pengetahuan agama dapat diperoleh dari mendatangi majelis ta'lim, pengajian, mendengarkan acara keagamaan di radio, membaca buku-buku agama, melihat tayangan keagamaan di televisi dan lain sebagainya.

Religiusitas yang mencerminkan ketaatan terhadap Agama dapat menjadikan seseorang menghindari segala bentuk kemudharatan yang diakibatkan oleh produk yang dikonsumsinya (E. O. Pratama, 2023).

2. Pengertian Literasi Halal

Menurut KBBI, definisi literasi adalah kemampuan menulis dan membaca, pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu, kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup (KBBI, 2022).

Sebagaimana dikutip melalui buku Ibadullah, Alberta menjelaskan bahwa literasi bukan hanya sekedar kemampuan untuk membaca dan menulis namun menambah pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dapat membuat seseorang Mampu berpikir kritis, mampu memecahkan masalah dalam berbagai situasi, mampu berkomunikasi secara efektif, mampu mengembangkan potensi dan berpartisipasi aktif dalam kehidupan masyarakat (D. B. Pratama et al., 2020).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat dipahami bahwa konsep literasi bukan hanya kemampuan literasi seseorang, tetapi juga berkembang seiring dengan perkembangan zaman, yaitu kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi dan menginterpretasi kode atau simbol huruf (tulisan), angka, grafik, tampilan visual lainnya, bahkan praktik kultural yang mencakup dan berkaitan dengan berbagai persoalan manusia dan kemanusiaan. Terlebih lagi kini kata literasi makna rujukannya telah meluas dan semakin kompleks. Dengan kata lain, literasi juga bisa diartikan sebagai pengetahuan seseorang mengenai sesuatu hal. Salehudin mengatakan literasi halal adalah kemampuan membedakan barang dan jasa yang halal dan haram berdasarkan hukum Islam (syariah) (Elkasysyaf & Hartati, 2021). Literasi halal merupakan suatu pengetahuan dan pemahaman bagi seseorang tentang suatu produk yang dikonsumsi. Halal atau haramnya suatu produk tidak hanya melihat dari label halal saja, pemahaman produk bagi seseorang yang mengkonsumsinya juga penting (D. B. Pratama et al., 2020). Definisi literasi halal adalah kemampuan pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan masyarakat mengenai kehalalan suatu produk, yang didalamnya terdapat 3 indikator yaitu kesadaran halal, bahan makanan, serta sertifikasi halal Berdasarkan pengertian tersebut, perlu masyarakat pahami bahwasanya kehalalan suatu produk bukan hanya terletak pada label halal saja namun, pemahaman

akan proses produksi dan bahan yang digunakan berdasarkan syariat Islam atau tidak adalah suatu hal yang penting (Setyowati & Anwar, 2022).

3. Produk Kemasan Makanan Halal

Saat ini, perkembangan bidang industri yang memproduksi makanan dan minuman yang semakin pesat dengan fasilitas teknologi yang semakin canggih, permasalahan makanan dan minuman menjadi relatif kompleks. Terutama berkaitan dengan kehalalan sebuah produk merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan, karena dalam proses produksi makanan begitu banyak bahan utama dan bahan tambahan yang digunakan untuk memproduksi makanan dan minuman dengan asal bahan yang belum diketahui unsur halalnya (Susanti et al., 2021).

Sebagai contoh, dahulu orang membuat roti cukup dengan menggunakan bahan dasar terigu, ragi dan air. Akan tetapi, sekarang tidak cukup hanya dengan bahan utama itu saja, tetapi perlu ada tambahan bahan lainnya yang disebut dengan bahan tambahan makanan seperti shortening (mentega putih), perisa atau flavor (bahan untuk menimbulkan aroma dan rasa tertentu), dan anticaking agent. Di antara bahan-bahan tambahan tersebut banyak bagi orang awam tidak mengetahui asal usulnya, akan tetapi bagi ahlinya telah diketahui bahwa di antara bahan tambahan makanan tersebut (contohnya shortening) ada yang mengandung lemak babi atau bahan yang dapat berasal dari lemak babi yang diperoleh melalui reaksi kimia dengan menggunakan bahan awal salah satu komponen yang berasal dari lemak babi. Sehingga untuk mengetahui mana yang halal (tidak mengandung unsur babi) dan mana yang tidak halal pada sebuah produk makanan kemasan diperlukan usaha yang sangat teliti. Mengonsumsi makanan halal merupakan sebuah kewajiban bagi konsumen muslim, karena tidak sekedar menuntut produk yang higienis dengan harga yang mudah dijangkau, tetapi terjamin kehalalannya. Namun dengan keterbatasan ilmu, bagi konsumen muslim melihat kehalalan hanya dari kemasan saja (Susanti et al., 2021) .

Untuk melindungi konsumen muslim, maka harus ada lembaga yang menjamin bahwa produk berlabel halal telah bersertifikat halal artinya adanya pengakuan secara legal bahwa produk yang dikeluarkan telah memenuhi

ketentuan halal. Di tengah persaingan yang ketat, label halal dapat menjadi senjata untuk menarik perhatian dan mengikat loyalitas konsumen. Sebuah label juga merupakan sarana informasi penting bagi para konsumen. Informasi ini dapat memberi dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan loyalitas terhadap pembelian produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik bagi konsumen maupun bagi produsen. Keterlibatan konsumen yang tinggi akan menyebabkan konsumen lebih banyak mencari informasi dan menyeleksi informasi serta lebih berhati-hati dalam keputusan pembelian (Susanti et al., 2021).

Untuk menjamin kehalalan makanan dan minuman, pelaku usaha harus memenuhi beberapa persyaratan seperti:

- a) Bahan-bahan yang digunakan harus halal. Artinya, tidak boleh mengandung bahan-bahan yang dilarang oleh Islam, seperti daging babi, alkohol, dan daging yang tidak disembelih dengan baik (tidak halal).
- b) Proses manufaktur harus memenuhi persyaratan halal. Memisahkan pengolahan dan pengemasan produk non halal dan penggunaan peralatan yang tidak terkontaminasi produk non halal.

Produk harus disertifikasi Halal oleh lembaga yang terakreditasi dan terpercaya. Berbagai standar sertifikasi halal sudah ada di beberapa negara. Misalnya, Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia dan Otoritas Pembangunan Islam Malaysia (JAKIM) di Malaysia. Perusahaan makanan dan minuman harus memenuhi standar yang berlaku di negara atau pasar tertentu agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan produk halal (Fakultas & Dan, 2018).

4. Keputusan Pembeli

Menurut Schiffman & Kanuk(2007:120) keputusan pembelian merupakan opsi pilihan satu langkah atau keputusan dari dua pilihan yang dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk. Menurut Kottler (2001)ada beberapa indikator dalam keputusan pembelian, yaitu; kemantapan terhadap suatu produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan

rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang (Ngadimen & Widyastuti, 2021).

Keputusan, menurut Hadari Nawawi dalam Raihan (2016), pada hakekatnya merupakan hasil pemikiran tentang sesuatu yang akan diwujudkan. Keputusan juga dapat dilihat sebagai hasil terbaik dalam memilih salah satu dari dua atau lebih pilihan yang tersedia. Dalam proses pengambilan keputusan, berbagai fakta, informasi, data, teori, dan pendapat dianalisis untuk mendapatkan hasil yang dianggap terbaik dan paling tepat.

Proses pengambilan keputusan ini dapat diselesaikan baik secara mandiri maupun dengan bantuan atau keterlibatan orang lain (Journal Syahfitri, 2023)

Keputusan membeli secara keseluruhan yang dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk. Ada tujuh komponen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk, yaitu (Susanti et al., 2021):

1. Keputusan mengenai jenis produk
2. Keputusan mengenai bentuk produk
3. Keputusan mengenai merek
4. Keputusan mengenai penjualnya
5. Keputusan mengenai jumlah produk
6. Keputusan mengenai waktu pembelian
7. Keputusan mengenai waktu pembayaran.

Jadi keputusan pembelian pelanggan adalah serangkaian alternatif yang dibuat oleh konsumen sebelum mereka memilih dan bersedia membeli. Konsumen akan melalui beberapa langkah sebelum memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian, membeli dan mengevaluasi.

Proses pengambilan keputusan tidak dapat begitu saja terjadi dengan sendirinya, melainkan ada faktor yang mempengaruhi secara kuat keputusan tersebut. Faktor utama yang mempengaruhi proses tersebut diantaranya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. keputusan pembelian konsumen, pada umumnya masyarakat melewati tahapan AIDDA. AIDDA disebut juga dengan A-A Procedure atau from attention to action procedure, yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm. AIDDA adalah akronim dari kata-

kata attention (perhatian), interest (minat), desire (hasrat), decision (keputusan), Action (Tindakan) (Susanti et al., 2021). Berikut penjelasannya :

1. Attention, suatu produk harus mampu memancing perhatian khalayak konsumen. Perhatian yang dimaksud adalah keunggulan dan keunikan produknya.
2. Interest, setelah mampu menarik perhatian konsumen, maka sebuah produk harus mampu menggugah minat biasanya melalui manfaat dijanjikan melebihi dari produk yang selama ini dikonsumsi, atau harga yang ditawarkan lebih rendah, atau lebih mudah untuk mendapatkan dan mengkonsumsinya.
3. Desire, setelah menggugah minat maka tahap berikutnya adalah hasrat dan keinginan untuk menikmati produk. Hasrat biasanya ditimbulkan oleh ketersediaan informasi, kemudahan mendapatkannya.
4. Decision, yaitu kepercayaan untuk melakukan suatu hal.
5. Action, yaitu tahap untuk melaksanakan upaya pembelian. Aksi ini dipicu oleh kemudahan untuk membeli, kesanggupan membeli yang disesuaikan dengan daya beli dan kemudahan dalam pembayaran. Seluruh proses ini tidak selalu dilakukan oleh konsumen dalam pembeliannya. Tidak dilaksanakannya beberapa tahap dari proses tersebut, mungkin hanya terdapat pada pembelian yang bersifat emosional (Susanti et al., 2021).

5. Konsumen

konsumsi memiliki definisi sebagai semua kegiatan penggunaan barang dan jasa dengan tujuan sebagai pemenuhan kebutuhan hidup. Seorang konsumen memiliki minat konsumsi, yaitu adalah ketertarikan seseorang dalam kegiatan penggunaan barang dan jasa untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari tanpa adanya paksaan dari manapun. Terdapat 3 indikator dalam ketertarikan seseorang melakukan suatu kegiatan antara lain, pertama ketertarikan pada suatu obyek, kedua perasaan senang, dan ketiga kecenderungan untuk menggunakan. Seseorang yang berminat mengkonsumsi suatu produk halal, maka akan memiliki ketertarikan untuk mengkonsumsi produk halal yang dibarengi dengan perasaan senang

karena telah memenuhi ketertarikan tersebut, serta tidak jarang akan menjadikan konsumsi produk halal sebagai gaya hidup. Hal tersebut selaras dengan fenomena konsumsi saat ini dimana kehalalan suatu produk yang tidak hanya berdasarkan label halal saja, mengharuskan masyarakat muslim untuk memahami dan mengetahui produk yang dikonsumsinya halal atau haram seperti dalam hukum islam yang telah menjelaskan bahwa hewan konsumsi harus dilakukan penyembelihan sesuai dengan syariat agama islam yaitu dengan menyebut nama Allah SWT (Setyowati & Anwar, 2022).

M. Abdul Manan mengatakan bahwa *consumtion is to demand as production is to supply* (1980: 43) yang artinya secara harfiah bahwa yang dimaksud dengan konsumsi adalah permintaan, sedangkan produksi adalah penyediaan. Ada 3 (tiga) prinsip dasar konsumsi yang digariskan oleh Islam, yakni konsumsi barang halal, dimana seorang muslim diperintah oleh Islam untuk makan makanan yang halal (sah menurut hukum dan diizinkan) dan tidak mengambil yang haram (tidak sah menurut hukum dan terlarang); kedua, prinsip kebersihan dan menyehatkan, sesuai dengan petunjuk Al quran surat Al-Baqarah ayat 168; QS. AlBaqarah ayat 172, dan surat An-Nahl ayat 114. Semua ayat tersebut mengingatkan manusia untuk makan makanan yang baik yang telah Allah anugerahkan kepada mereka. Ketiga, prinsip kesederhanaan dalam konsumsi berarti bahwa orang haruslah mengambil makanan dan minuman sekadarnya dan tidak berlebih-lebihan karena makan berlebihan itu berbahaya bagi kesehatan; sesuai dengan QS. Al-A'raf ayat 31 dan QS. Al-Maidah ayat 87. Dalam perspektif ekonomi syariah, konsumsi bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan individu, sebagai konsumen dalam rangka memenuhi perintah Allah, tetapi lebih jauh berimplikasi terhadap kesadaran berkenaan dengan kebutuhan orang lain. Namun, prinsip-prinsip konsumsi ternyata banyak yang tidak dijalankan oleh konsumen muslim, sehingga prinsip-prinsip dasar konsumsi tersebut hanya ada di atas kertas. Semua lapisan masyarakat tanpa mengenal batas usia dan strata sosial, larut terbawa arus konsumerisme yang sedang "menjajah" pola pikir dan pola sikap konsumen

muslim. Segala macam godaan materi terhampar dalam kehidupan sehari-hari tanpa ada batasnya sama sekali (Martinelli, 2019).

Konsumen yang saat ini banyak berkembang di seluruh dunia merupakan dampak dari globalisasi dan sistem kapitalisme modern yang mendasarkan pada tata nilai materialistis, mulai dari tingkah laku, pola pikir, hingga sikap. Di Indonesia, konsumerisme sudah menjadi gaya hidup masyarakat kelas menengah perkotaan, padahal separuh lebih dari penduduk Indonesia masih miskin. Terlepas dari buruknya budaya konsumerisme di Indonesia, di satu sisi dengan berkembangnya budaya ini akan menyebabkan melonjaknya demand, dan jika demand naik, maka yang terjadi yaitu tingginya produktivitas. Hal ini baik untuk kelangsungan hidup perekonomian suatu negara. Menjadi masalah, apabila barang-barang yang dikonsumsi oleh kebanyakan masyarakat Indonesia adalah bukan produk-produk dharuriyat (primer), melainkan hanyalah produk tahsiniyat (sekunder) dan lebih-lebih produk tersebut bukan produk dalam negeri. Ini akan menyebabkan mengucurnya uang masyarakat Indonesia ke kantong-kantong asing. Kecuali apabila yang terjadi sebaliknya, di mana masyarakat Indonesia mampu memproduksi suatu barang ataupun jasa yang kemudian digemari oleh masyarakat asing. Ini tentu akan menguntungkan ekonomi Indonesia terutama jika masyarakat asing itu berlomba-lomba untuk membeli produk yang dihasilkan oleh tangan-tangan produk Indonesia (Martinelli, 2019).

Pada sisi lain Allah SWT sangat membenci orang yang berlebih-lebihan. Seseorang yang belanja dengan israf (berlebih-lebihan) tanpa skala prioritas maqashid (masalah), sehingga lebih besar spending-nya dari penghasilannya, maka akan membuahkan bencana, yaitu akan mencelakakan dirinya dan rumah tangganya. Orang tersebut akan terjerat utang yang berkepanjangan atau kesulitan hidup pada masa depan. Ajaran Islam dalam hal apapun selalu berpegang kepada Alquran maupun Sunnah, yang berlandaskan etika dan moral, disamping tauhid kepada Allah SWT. Demikian pula halnya dengan konsumsi di dalam Islam tidak bisa lepas dari etika umum tentang norma dan akhlak dalam ekonomi Islam (Martinelli, 2019).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam hal ini peneliti memaparkan beberapa kajian atau penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang pengaruh tingkat religiusitas dan literasi halal pada produk makanan kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di kabupaten simalungun.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Jono M. Munandar, Faqih Udin dan Meivita Amelia (Munandar et al., 2004).	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Bogor	Metode Perbandingan-Ekspensial (MPE).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aqua adalah merek yang paling disukai konsumen karena dinilai lebih higienis, rasanya sesuai, bentuk kemasannya menarik, mudah didapat, promosinya menarik dan memiliki citra merek yang baik.
2.	Yuli Mutiah Rambe dan Syaad Afifuddin (Rambe & Afifuddin, 2012).	Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas AlWashliyah, Medan).	Analisis Deskriptif dan Statistik Regresi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal yang dicantumkan pada kemasan mie instan tersebut berperan dalam meningkatkan minat beli Mahasiswa Universitas AlWashliyah,

				Medan.
3.	Maghfiroh (Maghfiroh, 2015).	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal LPPOM-MUI	Metode Regresi Probit.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh faktor personal, sosial, informasi dan sikap terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal LPPOM-MUI pada mahasiswa nonmuslim UNY.
4.	Yolanda Hani Putriani, Atina Shofawati (Putriani & Shofawati, 2015).	Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas	Kualitatif dengan Studi kasus.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga memiliki pola konsumsi dan tingkat religiusitas yang Islami walaupun sebagian dari mereka tidak mempelajari konsumsi Islami.
5.	Dwiwiyati Astogini, Wahyudi, dan Siti Zulaikha Wulandari (Astogini et al., 2014).	Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Tentang Labelisasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Kemasan)	Metode Analisis Multiple regresi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden mempercayai label halal baik yang dikeluarkan oleh MUI maupun yang di keluarkan oleh perusahaan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu pada metode penelitian yang digunakan, dimana penelitian terdahulu ada yang menggunakan metode perbandingan eksponensial MPE, analisis deskriptif dengan regresi, regresi probit, ada yang menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus, sedangkan penulis menggunakan kuantitatif dengan menyebar angket, perbedaan lainnya pada tempat penelitian yang akan penulis teliti berbeda dengan penelitian terdahulu, sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan terdapat kesamaan variabel yang diteliti seperti religiusitas, produk kemasan makanan halal, dan keputusan pembelian.

C. Kerangka Pemikiran

Religiusitas mempengaruhi tujuan dalam hidup seseorang serta tanggung jawab kepada Tuhan, diri sendiri, dan orang lain. Religiusitas konsumen juga bergantung pada komitmen seseorang terhadap agamanya. Religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam. Konsumen yang tingkat religiusitasnya tinggi biasanya akan membeli makanan yang sudah jelas ke Halal-annya dan selalu menghindari kegiatan yang melibatkan mereka untuk mengonsumsi yang Haram (Fakultas & Dan, 2018).

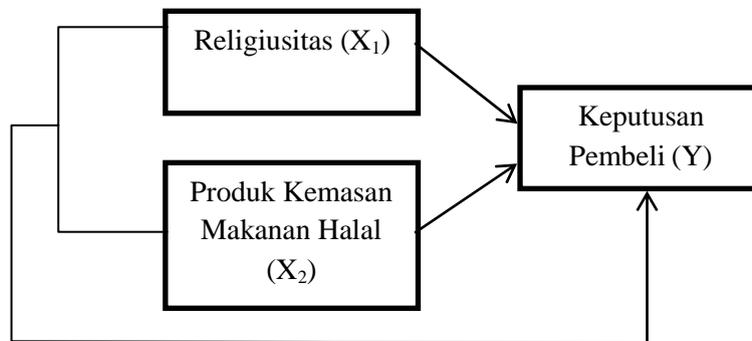
Kesadaran konsumen akan produk Halal merupakan level atau tingkatan dalam mengetahui dan memahami konsep Halal seperti bagaimana hukum mengonsumsi produk yang haram, prosedur dan proses pembuatan produk halal berdasarkan hukum dan syariat Islam. Kesadaran diri berarti sadar sebagai seorang individu dengan pikiran pribadi tentang keadaan sesuatu yang berhubungan dengan halal (Fakultas & Dan, 2018).

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli produk. Selain itu, keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian. Untuk menentukan keputusan pembelian, terdapat beberapa indikator menurut Kotler (2000), yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi

alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Fakultas & Dan, 2018).

Adapun kerangka pemikiran yang penulis paparkan adalah sebagai berikut:

2.2 Skema Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan yang sifatnya sementara, atau kesimpulan sementara atau dengan yang bersifat logis tentang suatu populasi. Hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variable atau lebih (Siregar, 2017) sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

Ha₁ : Terdapat pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan pembeli pada konsumen muslim di kabupaten simalungun.

Ho₁ : Tidak terdapat pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan pembeli pada konsumen muslim di kabupaten simalungun.

Ha₂ : Terdapat pengaruh literasi halal pada produk makanan terhadap keputusan pembeli pada konsumen muslim di kabupaten simalungun.

Ho₂ : Tidak terdapat pengaruh literasi halal pada produk makanan terhadap keputusan pembeli pada konsumen muslim di kabupaten simalungun.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian pendekatan kuantitatif dimana data yang diambil dari hasil penyebaran kuesioner, kemudian di olah dengan menggunakan aplikasi yang nantinya akan menghasilkan keputusan yang ditetapkan dalam penelitian.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di pasar baru jl. Sei Langgei Kecamatan Bandar Masilam II, Kabupaten Simalungun.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2023 sampai dengan September 2023. Rincian waktu penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1

Waktu Penelitian

Keterangan	Juli				Agustus				September				Oktober			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset Awal / Pengajuan Judul	■															
Pengajuan Judul		■														
Penyusunan Proposal			■	■	■	■										
Perbaikan / Acc Proposal						■	■	■								
Seminar Proposal								■								
Pengolahan Data										■	■					
Penyusunan Skripsi												■	■	■		
Bimbingan Skripsi														■	■	■
Sidang Munaqosah																■

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Hafrida, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Jl. Sei Langgei Kecamatan Bandar Masilam Kabupaten Simalungun sebanyak 700 masyarakat. Sumber responden sebanyak 700 masyarakat peneliti dapat dari Bapak kepala desa sei langgei Bandar Masilam Kabupaten Simalungun.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang dimaksud adalah sebagian dari populasi dengan syarat bisa menjadi bahan perwakilan seperti dana, waktu dan tenaga, maka peneliti bisa menggunakan sampel dari populasi tersebut.

Disini peneliti menggunakan probability sampling dengan teknik simple random sampling, adalah pengambilan anggota dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2017). Sampel acak sederhana dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang ada di Jl. Sei Langgei Kecamatan Bandar Masilam Kabupaten Simalungun. Teknik untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus *slovin*.

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

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

1 = Angka Konstanta

e = Kelonggaran Ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (0,05%)

Berdasarkan dari data Masyarakat yang masih aktif. Oleh karena itu jumlah sampel minimal untuk penelitian ini dengan e (*error*) sebesar 0,05% adalah:

$$n = \frac{700}{1 + 700 (0,05\%)^2}$$

$$n = \frac{700}{1 + 700 (0,05)}$$

$$n = \frac{700}{1 + 1,75}$$

$$n = \frac{700}{2,75}$$

$n = 254,5$ dibulatkan menjadi 255

Sehingga, sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 255 responden.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di ambil kesimpulan.

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (ARISTA, 2022), variabel Independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah label halal pada produk makanan.

Tabel 3.2

Variabel Operasional Independen dan Skala

Variabel	Definisi
Religiusitas (X_1)	religiusitas mengacu pada derajat pengetahuan seseorang tentang agama, derajat keyakinan agama, tingkat ketekunandalam menjalankan ibadahdan akidah,dan tingkat penghargaan terhadap agama yang dianutnya.Menurut Djamaluddin dan Suroso(2011) ada beberapa indikator dari religiusitas yaitu; keyakinan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan (Ngadimen & Widyastuti, 2021).
Produk Kemasan Makanan Halal (X_2)	Saat ini, perkembangan bidang industri yang memproduksi makanan dan minuman yang semakin pesat dengan fasilitas teknologi yang semakin canggih, permasalahan makanan dan minuman menjadi relatif kompleks. Terutama berkaitan dengan kehalalan sebuah produk merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan, karena dalam proses produksi makanan begitu banyak bahan utama dan bahan tambahan yang digunakan untuk memproduksi makanan dan minuman dengan asal bahan yang belum diketahui unsur halalnya (Susanti et al., 2021).

2. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2017) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Tabel 3.3

Variabel Operasional Dependen dan Skala

Variabel	Definisi
Keputusan Pembeli (Y)	keputusan pembelian merupakan opsi pilihan satu langkah atau keputusan dari dua pilihan yang dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk. Menurut Kottler (2001) ada beberapa indikator dalam keputusan pembelian, yaitu; kemantapan terhadap suatu produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang (Ngadimen & Widyastuti, 2021).

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti dalam mendapatkan data di lapangan dengan cara menyebar kuesioner.

Ada beberapa teknik dalam pengumpulan data di skripsi ini yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik penelitian yang menuntut adanya pengamatan oleh peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap penelitian pada Masyarakat Sei Langge Kabupaten Simalungun.

2. Angket

Angket merupakan metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang diajukan kepada masyarakat. Pengukuran kuesioner ini menggunakan Skala Likert yaitu, skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan pada tabel berikut dengan bentuk Checklist (Hafrida, 2020). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan google form, kuesioner yang diinput dalam google form dan dibagikan langsung oleh peneliti berbentuk link kepada Masyarakat Sei Langgei Kecamatan Bandar Masilam Kabupaten Simalungun.

Tabel 3.4

Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4

N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Skala ini mudah dipakai untuk peneliti yang terfokus pada responden dan obyek. Jadi peneliti dapat mempelajari bagaimana responden yang berbeda dari tiap-tiap responden.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data agar pekerjaannya lebih mudah hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner, setiap kuesioner terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang berisi indikator yang dapat menjelaskan setiap variabel. Penyusunan kuesioner di buat dengan maksud untuk mengkhususkan masalah yang akan diukur dan kemudian disusun ke dalam butir-butir pertanyaan (Mustika, 2019).

Berikut adalah beberapa indikator dalam instrument penelitian ini:

1. X₁: Dimensi keyakinan (Nugroho & Anwar,2020).
 - Dimensi ritual (Nugroho & Anwar,2020).
 - Dimensi penghayatan (Nugroho & Anwar,2020).
 - Dimensi pengetahuan agama (Nugroho & Anwar,2020).
 - Dimensi konsekuensi (Nugroho & Anwar,2020).
2. X₂: Pengetahuan (Zuhroh, 2018)
 - Kepercayaan (Susrama, 2011:8)
 - Pendapat (Zuhroh, 2018)
3. Y: Kebutuhan (Zuhroh, 2018)
 - Pencarian informasi (Thani & Hashim, march2011)
 - Pembelian (Zuhroh, 2018)
 - Perilaku pasca pembelian (Sangadji & Sopiah, 2013:8)

Instrumen penelitian ini yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan variabel untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner maka perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan menguji apakah kuesioner yang disebarkan adalah valid dan reabel, maka penelitian ini akan memerlukan kedua uji terhadap instrumen penelitian (kuesioner).

G. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018), mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau

variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan signifikan 5%, jika r tabel $<$ r hitung maka valid. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas butir angket adalah:

- a. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka variabel tersebut valid
- b. Jika r hitung tidak positif serta r hitung $<$ r tabel maka variabel tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau kontrak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Hayati & Handika, 2021). Untuk mengetahui reliable atau tidaknya suatu variabel maka dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*.

Dengan kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah “reliable”
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* $<$ 0.60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah “tidak reliable”

H. Uji Prasyarat

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Untuk

mendeteksi adanya Multikolinearitas, dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF) sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai VIF > 10 maka terjadi Multikolinearitas
- 2) Apabila nilai VIF < 10 maka tidak terjadi Multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis grafik, yaitu melihat grafik scaetter plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan sebagai berikut:

- 1) Jika ada pada tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pada tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pula yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumber y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode yang digunakan peneliti adalah regresi berganda. Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). model regresi berganda bertujuan untuk memprediksi besar variabel dependen dengan menggunakan data variabel independen yang sudah diketahui besarnya. Metode penganalisaan data menggunakan perhitungan statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan apakah dapat diterima atau ditolak. Adapun data penelitian ini mnggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Tingkat religiusitas terhadap pembeli konsumen muslim di kabupaten simalungun. (Hafrida, 2020).

Pada model ini menggunakan rumus yang dikutip dalam Sugiyono (2014:277) sebagai berikut:

$$Y = a + b, X, + b, X, + e$$

Keterangan:

Y: Keputusan Pembeli

α : Konstanta

b_1 dan b_2 : Koefisien regresi X_1 dan X_2

X_1 : Religiusitas

X_2 : Produk Kemasan Makanan Halal

e: Standar error

2. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengukur spesifikasi pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil nilai t tabel digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat keberadaan (df) = n- 1 (Ghozali, 2018), yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Pvalue < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Pvalue > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a tidak dapat diterima, artinya variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Ghozali, 2018), uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Uji F menguji apakah variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen secara baik atau untuk menguji apakah model yang digunakan telah *fit* atau tidak. Menentukan F tabel digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan pembilang (df) = k adalah jumlah variabel bebas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan dengan kriteria.

- 1) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $Pvalue < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya model yang digunakan bagus (*fit*).
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $Pvalue > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a tidak dapat diterima, artinya model yang digunakan tidak bagus (tidak *fit*).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Kabupaten Simalungun

Secara astronomis, Kabupaten Simalungun terletak antara 020.36" - 030.18" Lintang Utara dan antara 980 32" - 990 35" Bujur Timur dengan luas 4.372,5 km² berada pada ketinggian 0 - 1.400 meter di atas permukaan. Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Simalungun memiliki batasbatas yakni Utara – Kabupaten Serdang Bedagai; Timur–Kabupaten Karo; Selatan -Kabupaten Toba Samosir; Barat - Kabupaten Batubara dan Kabupaten Asahan. Kabupaten Simalungun merupakan kabupaten terluas ketiga setelah Kabupaten Mandailing Natal dan Kabupaten Langkat di Sumatera Utara dan memiliki letak yang cukup strategis serta berada di kawasan wisata Danau Toba - Parapat. Kabupaten Simalungun terdiri dari 32 kecamatan dengan kecamatan terluas adalah Kecamatan Hatonduhan sedangkan yang terkecil adalah Kecamatan Jawa Maraja Bah Jambi dengan rata-rata jarak tempuh ke ibukota kabupaten 30 km dimana jarak terjauh adalah Kecamatan Silou Kahean 127 km dan Kecamatan Ujung Padang 113 km.

2. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan Ekonomi merupakan perkembangan aktivitas dalam perekonomian yang mengakibatkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat meningkat. Asumsi pertumbuhan ekonomi merupakan variable yang dominan menentukan besaran pada komponen pendapatan negara. Pertumbuhan ekonomi beberapa kabupaten/kota Simalungun dalam kurun waktu 2018 hingga 2021, dan pertumbuhan ekonomi kabupaten/kota Simalungun tertinggi pada tahun 2019 yaitu sebesar 5,20 persen kemudian pertumbuhan ekonomi kabupaten/kota Simalungun terendah pada tahun 2020 sebesar 1,01 persen. Pertumbuhan ekonomi merupakan variabel asumsi dasar ekonomi makro yang secara positif berhubungan langsung dengan penerimaan dalam negeri baik itu penerimaan pajak dalam negeri (Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Bumi dan Bangunan, Cukai dan Pajak lainnya) maupun penerimaan Negara Bukan Pajak (bagian laba BUMN).

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden menjelaskan karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian tentang Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Produk Kemasan Makanan Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Simalungun), dalam penelitian ini karakteristik responden yang ditanyakan adalah Jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki Laki	201	78.8	78.8	78.8
Perempuan	54	21.2	21.2	100.0
Total	255	100.0	100.0	

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas responden berjenis kelamin laki laki yakni 201 orang dan perempuan berjumlah 54 orang

Tabel 4.2 Usia Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-30 tahun	43	16.9	16.9	16.9
31-45 tahun	145	56.9	56.9	73.7
> 45 tahun	67	26.3	26.3	100.0
Total	255	100.0	100.0	

Tabel 4.2 menunjukkan usia responden, dalam penelitian ini responden yang berusia diantara 17-30 tahun berjumlah 43 orang, responden yang berusia diantara 31-45 tahun berjumlah 145 orang dan responden yang berusia > 45 tahun berjumlah 67 orang.

Tabel 4.3 Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	16	6.3	6.3	6.3
Pegawai Negeri	12	4.7	4.7	11.0
Wiraswasta	153	60.0	60.0	71.0

peg swasta	74	29.0	29.0	100.0
Total	255	100.0	100.0	

Tabel 4.3 menunjukkan pekerjaan responden dalam penelitian ini responden yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 16 orang, responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri berjumlah 12 orang responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 153 orang dan responden yang bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 74 orang.

C. Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Dibawah ini akan dijelaskan persentase jawaban dari angket yang sudah disebar, responden menggunakan skala likert penelian ini akan menggambarkan nilai minimum, maksimum dan rata dari setiap variabel penelitian

Tabel 4.4 Analisis Statistics Deskriptif

		Tingkat Religiusitas	Produk Kemasan Makanan Halal	Keputusan Pembelian
N	Valid	255	255	255
	Missing	0	0	0
Mean		62.3294	63.3725	51.3412
Median		61.5161 ^a	61.6250 ^a	51.1951 ^a
Mode		60.00	60.00	53.00
Minimum		45.00	52.00	35.00
Maximum		75.00	75.00	63.00
a. Calculated from grouped data.				

Tabel 4.4 menunjukkan dalam nilai Mean, Median, Mode, Minimum dan Maximum variabel Tingkat Religiusitas memiliki nilai rata rata sebesar 62.3294 variabel Produk Kemasan Makanan Halal menunjukkan nilai rata rata sebesar 63.3725 dan variabel keputusan pembelian memiliki nilai rata rata sebesar 51.3412 ketiga variabel menunjukka skor yang cukup baik dikarenakan memiliki rata2 jawaban setuju (4) untuk setiap item yang ditanyakan.

2. Uji Validitas Dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Kriteria pengujian validitas dilihat dari hasil yang di dapat dari pengujian validitas dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Pengujian tiap butir instrument bebas dengan cara mengkorelasikan tiap butir pertanyaan tersebut, syarat minimum untuk mempengaruhi syarat apakah setiap valid atau tidak valid dengan membandingkan ketentuan 0.30

Tabel 4.6 Uji Validitas X1

Item	Ketentuan	R Hitung	Status
x11	0.30	.574	.Valid
x12	0.30	.685	.Valid
x13	0.30	.799	.Valid
x14	0.30	.761	.Valid
x15	0.30	.699	.Valid
x16	0.30	.434	.Valid
x17	0.30	.736	.Valid
x18	0.30	.766	.Valid
x19	0.30	.651	.Valid
x110	0.30	.530	.Valid
x111	0.30	.338	.Valid
x112	0.30	.624	.Valid
x113	0.30	.558	.Valid
x114	0.30	.574	.Valid
x115	0.30	.404	.Valid

Tabel 4.6 untuk menunjukkan bahwa dalam penelitian semua item pernyataan dinyatakan valid karena bernilai diatas 0.30 sehingga bisa dilanjutkan untuk penelitian berikutnya.

Tabel 4.7 Uji Validitas X2

Item Pernyataan	Ketentuan	R Hitung	Status
x21	0.30	.505	.Valid
x22	0.30	.661	.Valid
x23	0.30	.521	.Valid
x24	0.30	.575	.Valid
x25	0.30	.646	.Valid
x26	0.30	.603	.Valid

x27	0.30	.654	.Valid
x28	0.30	.576	.Valid
x29	0.30	.620	.Valid
x210	0.30	.488	.Valid
x211	0.30	.645	.Valid
x212	0.30	.487	.Valid
x213	0.30	.488	.Valid
x214	0.30	.587	.Valid
x215	0.30	.595	.Valid

Tabel 4.7 untuk menunjukkan bahwa dalam penelitian semua item pernyataan dinyatakan valid karena bernilai diatas 0.30 sehingga bisa dilanjutkan untuk penelitian berikutnya

Tabel 4.8 Uji Validitas Y

Item Pernyataan	Ketentuan	R hitung	Status
y1	0.30	.665	.Valid
y2	0.30	.650	.Valid
y3	0.30	.607	.Valid
y4	0.30	.747	.Valid
y5	0.30	.656	.Valid
y6	0.30	.644	.Valid
y7	0.30	.661	.Valid
y8	0.30	.677	.Valid
y9	0.30	.747	.Valid
y10	0.30	.754	.Valid
y11	0.30	.776	.Valid
y12	0.30	.687	.Valid
y13	0.30	.680	.Valid
y14	0.30	.660	.Valid
y15	0.30	.666	.Valid

Tabel 4.8 untuk menunjukkan bahwa dalam penelitian semua item pernyataan dinyatakan valid karena bernilai diatas 0.30 sehingga bisa dilanjutkan untuk penelitian berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* untuk membuktikan reliabilitas. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,60$ dinyatakan reliabel dan koefisien reliabilitas $< 0,60$ dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Religiusitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	15

**Tabel 4.9 Uji Reliabilitas
Religiusitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	15

**Tabel 4.10 Uji Reliabilitas
Literasi Halal Produk Makanan Kemasan**

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	15

**Tabel 4.11 Uji Reliabilitas
Keputusan Pembelian**

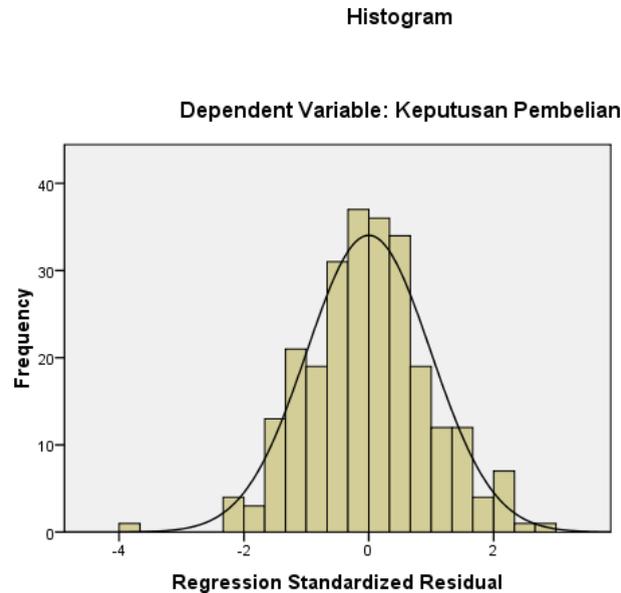
Cronbach's Alpha	N of Items
.865	15

Tabel di atas menunjukkan dalam penelitian ini semua instrument dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Sehingga instrument dinyatakan layak untuk digunakan.

3. Uji Asumsi Klasik

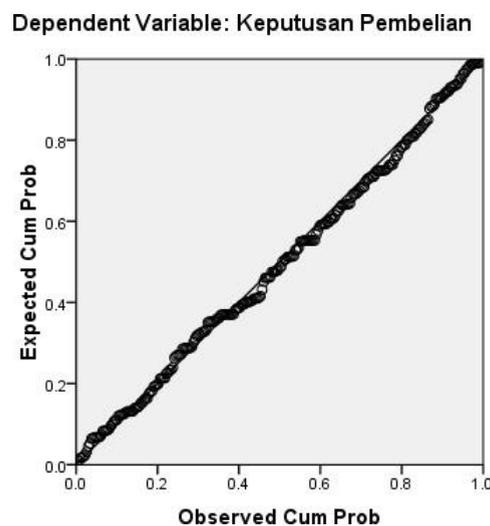
a. Uji normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependent dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.1 Histogram Normalitas

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini dsitribusi data bersifat normal dikarenakan histogram membentuk lonceng, tidak melenceng kekanan atau kekiri, selanjutnya pengujian dilakukan dengan melihat p-plot normalitas.



Gambar 4.2 P Plot Normalitas

Gambar 4.2 mengindikasikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung normal dikarenakan berdasarkan gambar diatas distribusinya mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan kolerasi yang kuat antar variable independen, Cara yang digunakan untuk menilainya adalah

dengan melihat nilai factor inflasi varian (*Variance inflasi Factor* / VIF) yang tidak melebihi 10 dan nilai tolerance > 0.10 .

Tabel 4.12 Coefficients^a

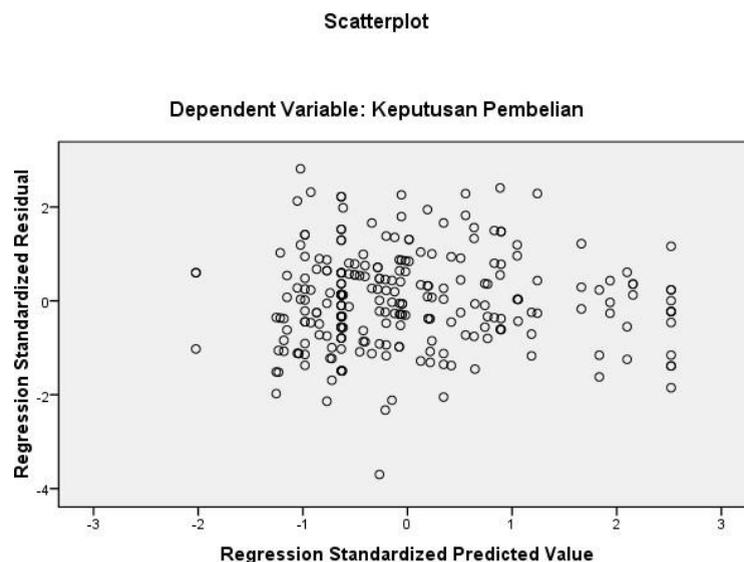
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Tingkat Religiusitas	.770	1.300
Literasi halal produk makanan kemasan	.770	1.300

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 4.0 menunjukkan dalam penelitian ini variabel Tingkat Religiusitas dan Literasi Halal Produk Makanan Kemasan memiliki nilai tolerance > 0.10 (0.770) dan vif < 10 (1.300) dalam penelitian ini semua variabel memiliki nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 . dan tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam penelitian ini.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas



Gambar 4.3 Scatterplot

Gambar diatas telah menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas teratur, serta tersebar baik diatas maupun di

bawah angka 0 pada sumbu Y. dengan demikian “tidak terjadi heterokedastisitas “ pada tabel regresi

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen, Persamaan regresi linier berganda untuk penelitian adalah:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Model	Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.190	3.594		8.957	.000
Tingkat Religiusitas	1.105	.151	.141	3.075	.002
Literasi Halal Produk Makanan kemasan	1.198	.160	.226	4.324	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel diatas bisa diambil persamaan

$$Y = 2.190 + 1.105 x_1 + 1.198 x_2 + e.$$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah

- Nilai konstanta sebesar 2.190 menunjukkan bahwa jika variabel bebas yakni Produk Kemasan Makanan Halal dan tingkat religisiutas tidak mengalami perubahan maka akan menaikkan keputusan membeli produk halal sebesar 21.90%.
- Nilai koefisien regresi X1 sebesar 1.105 menunjukkan jika variabel tingkat religisiutas mengalami peningkatan sebesar 1% maka akan menaikkan keputusan membeli produk halal sebesar 11.05%
- Nilai koefisien regresi X2 sebesar 1.198 menunjukkan jika variabel Produk Kemasan Makanan Halal mengalami peningkatan sebesar 1% maka akan menaikkan keputusan membeli produk halal sebesar 11.98%

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna untuk membuktikan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

1. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen
3. Dengan jumlah sampel sebanyak 255 dan $df = n-3$ ($255-3=252$) diperoleh nilai t tabel sebesar 1.650

Tabel 4.14 Coefficient ts^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.190	3.594		8.957	.000
Tingkat Religiusitas	1.105	.151	.141	3.075	.002
Literasi halal produk makanan kemasan	1.198	.160	.226	4.324	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1. Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal

Tabel 4.13 menunjukkan variabel Tingkat Religiusitas memiliki nilai t sebesar 3.075 dan taraf signifikan sebesar 0.002, artinya Dalam penelitian ini terdapat pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap keputusan pembelian produk makanan halal di Kabupaten Simalungun karena nilai t hitung $>$ tabel ($3.075 > 1.650$) dan signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$.

2. Pengaruh Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim

Tabel 4.14 menunjukkan variabel Produk Kemasan Makanan Halal memiliki nilai t sebesar 4.324 dan taraf signifikan sebesar 0.000. artinya dalam penelitian ini terdapat pengaruh Produk Kemasan Makanan Halal terhadap keputusan pembelian produk halal di Kabupaten Simalungun karena nilai t hitung $>$ t tabel ($4.324 > 1.650$) dan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$

b. Uji F

Pada dasarnya uji f menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas atau independen mempunyai pengaruh yang positif atau negative, serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen, Bentuk pengujian hipotesis :

1. $H_0 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variable bebas terhadap variable terikat
2. $H_a \neq 0$ berarti secara bersama-sama ada pengaruh variable bebas dengan variable terikat
3. Dengan jumlah sampel sebesar 255 dan $df_1 = k-1 = 3-1=2$ sedangkan $df_2 = n-k = 255-3=252$ diperoleh nilai f tabel sebesar 2.63

Tabel 4.15 ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	531.517	3	265.759	54.280	.000 ^a
	Residual	4689.800	252	18.610		
	Total	5221.318	254			

a. Predictors: (Constant), Literasi Halal Produk Makanan Kemasan, Tingkat Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 4.15 menunjukkan dalam penelitian ini variabel bebas yang terdiri dari Literasi Halal Produk Makanan Kemasan, Tingkat Religiusitas memiliki nilai hitung sebesar 54.280 dan taraf signifikan sebesar 0.000, artinya dalam penelitian ini secara bersama sama Produk Kemasan Makanan Halal dan Tingkat Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal dikarenakan nilai f hitung $>$ f tabel ($54.280 > 2.63$) dan taraf signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel bebas menerangkan variabel terikat

Tabel 4.16 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.516	.495	4.31397

a. Predictors: (Constant), Literasi Halal Produk Makanan Kemasan, Tingkat Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 4.16 menunjukkan nilai R Square adalah 0.516 atau 51.6% kontribusi variabel bebas (Literasi halal pada produk makanan kemasan, Tingkat Religiusitas)

terhadap Keputusan Pembelian sedangkan sisanya 48.4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal

Religiusitas mengacu pada derajat pengetahuan seseorang tentang agama, derajat keyakinan agama, tingkat ketekunandalam menjalankan ibadah dan akidah, dan tingkat penghargaan terhadap agama yang dianutnya. Menurut Djamaluddin dan Suroso (2011) ada beberapa indikator dari religiusitas yaitu; keyakinan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan (Ngadimen & Widyastuti, 2021). Tabel 4.13 menunjukkan variabel Tingkat Religiusitas memiliki nilai t sebesar 3.075 dan taraf signifikan sebesar 0.002. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap keputusan pembelian produk halal di Kabupaten Simalungun karena t hitung $>$ tabel ($3.075 > 1.650$) dan signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maghfiroh, 2015) yang menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh faktor personal, sosial, informasi dan sikap terhadap niat membeli makanan kemasan berlabel halal LPPOM-MUI

2. Pengaruh Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembeli

Saat ini, perkembangan bidang industri yang memproduksi makanan dan minuman yang semakin pesat dengan fasilitas teknologi yang semakin canggih, permasalahan makanan dan minuman menjadi relatif kompleks. Terutama berkaitan dengan kehalalan sebuah produk merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan, karena dalam proses produksi makanan begitu banyak bahan utama dan bahan tambahan yang digunakan untuk memproduksi makanan dan minuman dengan asal bahan yang belum diketahui unsur halalnya (Susanti et al., 2021). Tabel 4.14 menunjukkan variabel literasi halal pada produk makanan kemasan memiliki nilai t sebesar 4.324 dan taraf signifikan sebesar 0.000. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh Produk Kemasan Makanan Halal terhadap keputusan pembelian produk halal di Kabupaten Simalungun t hitung $>$ t tabel ($4.324 > 1.650$) dan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$, hasil penelitian ini didukung oleh penelitian oleh Putriani & Shofawati, 2015 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa polakonsumsi dan tingkat religiusitas yang Islami.

3. Pengaruh Tingkat Religiuitas dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan opsi pilihan satu langkah atau keputusan dari dua pilihan yang dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk. Menurut Kottler (2001) ada beberapa indikator dalam keputusan pembelian, yaitu; kemantapan terhadap suatu produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang (Ngadimen & Widyastuti, 2021) Tabel 4.15 menunjukkan dalam penelitian ini variabel bebas yang terdiri dari Literasi halal pada produk makanan kemasan, Tingkat Religiusitas secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal dikarenakan nilai f hitung $>$ f tabel ($54.280 > 2.63$) dan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. nilai R Square adalah 0.516 atau 51.6% kontribusi variabel bebas (Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan, Tingkat Religiusitas) terhadap Keputusan Pembelian sedangkan sisanya 48.4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap keputusan pembelian produk halal di Kabupaten Simalungun karena t hitung $>$ tabel ($3.075 > 1.650$) dan signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$
2. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh literasi halal terhadap keputusan pembelian produk halal di Kabupaten Simalungun karena t hitung $>$ t tabel ($4.324 > 1.650$) dan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$
3. Dalam penelitian ini variabel bebas yang terdiri dari Literasi Halal, Tingkat Religiusitas secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal dikarenakan nilai f hitung $>$ f tabel ($54.280 > 2.63$) dan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

B. Saran

1. Bagi Produsen Penulis berharap agar produsen luar yang produknya belum memiliki label halal agar segera mendaftarkan produknya ke pihak yang berwenang agar segera mendapatkan sertifikasi halal.
2. Bagi masyarakat Untuk masyarakat agar selalu memperhatikan kehalalan dan label halal pada suatu produk makanan dan minuman kemasan impor sebelum melakukan pembelian.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk impor. Selain itu, disarankan untuk mencari faktor lain atau mengembangkan variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- ARISTA, S. (2022). *MANAJEMEN DANA DESA TERHADAP PEMBANGUNAN DESA SENGON SARI KECAMATAN AEK KUASAN*. repository.umsu.ac.id.
- Syahfitri, Tri Novita Novita, et al. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fai UMSU)." *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)* 4.1 (2023): 131-146.
- Astogini, D., Wahyudin, W., & ... (2014). Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang labelisasi halal pada produk makanan dan minuman kemasan). *Jurnal Ekonomi, Bisnis*
<http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/jeba/article/view/345>
- Syahfitri, T. N. N., Ariska, D., Azrah, S. S., & Ismadillah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fai UMSU). *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 4(1), 131-146.
- Elkasysyaf, E., & Hartati, N. (2021). Pengaruh Literasi Produk Halal dan Daya Tarik Habel Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bandung. *Journal of Islamic Economics and*
<http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jieb/article/view/15585>
- Fakultas, M., & Dan, E. (2018). *Oleh : ALMIRA NUR AULIA PROGRAM STUDI MANAJEMEN*.
- Fitriani, A. (2016). Peran religiusitas dalam meningkatkan psychological well being. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*.
<http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/alAdyan/article/view/1437>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas
- Hafrida, C. A. (2020). *Pengaruh Shariah Compliance Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah*. repository.ar-raniry.ac.id.
- Hayati, I., & Handika, W. (2021). *Pengaruh Brand Awareness dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Anggota Koperasi Syariah 212*. repository.umsu.ac.id.
- Journal, I. (2023). *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting) Volume 4 No. 1 | Februari 2023* <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/index>. 4(1).

- Kasus, S., Industri, P., Vristiyana, V. M., Ekonomi, F., Islam, U., & Agung, S. (n.d.). *Pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal*. 85–100.
- Maghfiroh, M. (2015). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Membeli Makanan Kemasan Berlabel Halal LPPOM-MUI. *Jurnal Economia*. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/8240>
- Martinelli, I. (2019). Ajaran Islam Tentang Prinsip Dasar Konsumsi Oleh Konsumen. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/edutech/article/view/2803>
- Munandar, J. M., Udin, F., & Amelia, M. (2004). Analisis faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen produk air minum dalam kemasan di Bogor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jurnaltin/article/view/4537>
- Mustika, R. (2019). *ANALISIS KEPUASAN PEMUSTAKA TERHADAP LAYANANPEMUSTAKA DI UPT PERPUSTAKAAN POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA PALEMBANG*. repository.radenfatah.ac.id.
- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). ... media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai *... of Management and ...*. <https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jmdb/article/view/134>
- Nugroho, W. A., & Anwar, M. K. (2020). Hubungan Religiusitas Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Non Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 13–25. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p13-25>
- Prahesti, G. A. (2018). *PRODUK , DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI MAKANAN CEPAT SAJI (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya) JURNAL ILMIAH*.
- Pratama, D. B., Syariah, M. K., Hartati, N., & Syariah, M. K. (2020). *PENGARUH LITERASI HALAL DAN RELIGIOSITAS TERHADAP*. 1, 1–12.
- Pratama, E. O. (2023). Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal dengan Mediasi Gaya Hidup Sehat pada Konsumen Muslim di Kota Kendari. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal ...*. <https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/15153>
- Putriani, Y. H., & Shofawati, A. (2015). Pola perilaku konsumsi Islami mahasiswa

- Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga ditinjau dari tingkat religiusitas. *Jurnal*
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1202228&val=8147&title=Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1202228&val=8147&title=Pola%20Perilaku%20Konsumsi%20Islami%20Mahasiswa%20Muslim%20Fakultas%20Ekonomi%20dan%20Bisnis%20Universitas%20Airlangga%20Ditinjau%20Dari%20Tingkat%20Religiusitas)
- Rambe, Y. M., & Afifuddin, S. (2012). Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim. *Jurnal*
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1428222&val=4119&title=PENGARUH PENCANTUMAN LABEL HALAL PADA KEMASAN MIE INSTAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN MASYARAKAT MUSLIM](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1428222&val=4119&title=PENGARUH%20PENCANTUMAN%20LABEL%20HALAL%20PADA%20KEMASAN%20MIE%20INSTAN%20TERHADAP%20MINAT%20PEMBELIAN%20MASYARAKAT%20MUSLIM) Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah Medan
- Setyowati, A., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten MADIUN. *Lisan Al-Hal: Jurnal Pengembangan*
<https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/lisanalhal/article/view/1916>
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*.
- 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*. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/ekobis/article/view/10006>

LAMPIRAN

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia Pendidikan	Pekerjaan
N	Valid	255	255	255
	Missing	0	0	0

IDENTITAS RESPONDEN

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	201	78.8	78.8	78.8
	Perempuan	54	21.2	21.2	100.0
Total		255	100.0	100.0	

Usia Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-30 tahun	43	16.9	16.9	16.9
	31-45 tahun	145	56.9	56.9	73.7
	> 45 tahun	67	26.3	26.3	100.0
Total		255	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	16	6.3	6.3	6.3
	Pegawai Negeri	12	4.7	4.7	11.0
	wiraswasta	153	60.0	60.0	71.0
	peg swasta	74	29.0	29.0	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN

Frequency Table

x11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	13	5.1	5.1	5.1
s	179	70.2	70.2	75.3
ss	63	24.7	24.7	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	16	6.3	6.3	6.3
n	10	3.9	3.9	10.2
s	163	63.9	63.9	74.1
ss	66	25.9	25.9	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	12	4.7	4.7	4.7
n	16	6.3	6.3	11.0
s	161	63.1	63.1	74.1
ss	66	25.9	25.9	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	3	1.2	1.2	1.2
n	12	4.7	4.7	5.9
s	158	62.0	62.0	67.8
ss	82	32.2	32.2	100.0

x14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	3	1.2	1.2	1.2
n	12	4.7	4.7	5.9
s	158	62.0	62.0	67.8
ss	82	32.2	32.2	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	10	3.9	3.9	3.9
n	6	2.4	2.4	6.3
s	183	71.8	71.8	78.0
ss	56	22.0	22.0	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	9	3.5	3.5	3.5
s	153	60.0	60.0	63.5
ss	93	36.5	36.5	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	12	4.7	4.7	4.7
n	20	7.8	7.8	12.5
s	155	60.8	60.8	73.3
ss	68	26.7	26.7	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	5	2.0	2.0	2.0
n	17	6.7	6.7	8.6
s	157	61.6	61.6	70.2
ss	76	29.8	29.8	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	7	2.7	2.7	2.7
n	25	9.8	9.8	12.5
s	158	62.0	62.0	74.5
ss	65	25.5	25.5	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x110

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid s	184	72.2	72.2	72.2
ss	71	27.8	27.8	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x111

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	9	3.5	3.5	3.5
s	163	63.9	63.9	67.5
ss	83	32.5	32.5	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x112

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	3	1.2	1.2	1.2
n	16	6.3	6.3	7.5

s	165	64.7	64.7	72.2
ss	71	27.8	27.8	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x113

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	3	1.2	1.2	1.2
n	16	6.3	6.3	7.5
s	162	63.5	63.5	71.0
ss	74	29.0	29.0	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x114

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	3	1.2	1.2	1.2
n	26	10.2	10.2	11.4
s	170	66.7	66.7	78.0
ss	56	22.0	22.0	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x115

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	9	3.5	3.5	3.5
n	83	32.5	32.5	36.1
s	115	45.1	45.1	81.2
ss	48	18.8	18.8	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	22	8.6	8.6	8.6
s	157	61.6	61.6	70.2
ss	76	29.8	29.8	100.0

x21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	22	8.6	8.6	8.6
s	157	61.6	61.6	70.2
ss	76	29.8	29.8	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid s	155	60.8	60.8	60.8
ss	100	39.2	39.2	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	3	1.2	1.2	1.2
n	6	2.4	2.4	3.5
s	128	50.2	50.2	53.7
ss	118	46.3	46.3	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	3	1.2	1.2	1.2
n	3	1.2	1.2	2.4
s	171	67.1	67.1	69.4
ss	78	30.6	30.6	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	3	1.2	1.2	1.2

s	167	65.5	65.5	66.7
ss	85	33.3	33.3	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	9	3.5	3.5	3.5
s	163	63.9	63.9	67.5
ss	83	32.5	32.5	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x27

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	3	1.2	1.2	1.2
s	170	66.7	66.7	67.8
ss	82	32.2	32.2	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x28

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	14	5.5	5.5	5.5
s	148	58.0	58.0	63.5
ss	93	36.5	36.5	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x29

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	12	4.7	4.7	4.7
s	147	57.6	57.6	62.4
ss	96	37.6	37.6	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x210

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	9	3.5	3.5	3.5
n	87	34.1	34.1	37.6
s	120	47.1	47.1	84.7
ss	39	15.3	15.3	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x211

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid s	195	76.5	76.5	76.5
ss	60	23.5	23.5	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x212

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	3	1.2	1.2	1.2
n	9	3.5	3.5	4.7
s	179	70.2	70.2	74.9
ss	64	25.1	25.1	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x213

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ts	9	3.5	3.5	3.5
n	87	34.1	34.1	37.6
s	120	47.1	47.1	84.7
ss	39	15.3	15.3	100.0
Total	255	100.0	100.0	

x214

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	n	16	6.3	6.3	6.3
	s	152	59.6	59.6	65.9
	ss	87	34.1	34.1	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

x215

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	n	9	3.5	3.5	3.5
	s	152	59.6	59.6	63.1
	ss	94	36.9	36.9	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	n	22	8.6	8.6	8.6
	s	159	62.4	62.4	71.0
	ss	74	29.0	29.0	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	n	51	20.0	20.0	20.0
	s	126	49.4	49.4	69.4
	ss	78	30.6	30.6	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	n	18	7.1	7.1	7.1
	s	138	54.1	54.1	61.2
	ss	99	38.8	38.8	100.0
	Total	255	100.0	100.0	

y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	3.5	3.5	3.5
n	131	51.4	51.4	54.9
s	115	45.1	45.1	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11	4.3	4.3	4.3
ts	1	.4	.4	4.7
n	159	62.4	62.4	67.1
s	84	32.9	32.9	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	6.3	6.3	6.3
ts	2	.8	.8	7.1
n	153	60.0	60.0	67.1
s	84	32.9	32.9	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	3.9	3.9	3.9
ts	1	.4	.4	4.3
n	145	56.9	56.9	61.2
s	99	38.8	38.8	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13	5.1	5.1	5.1
ts	2	.8	.8	5.9
n	148	58.0	58.0	63.9
s	92	36.1	36.1	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15	5.9	5.9	5.9
ts	4	1.6	1.6	7.5
n	148	58.0	58.0	65.5
s	88	34.5	34.5	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	4.7	4.7	4.7
ts	4	1.6	1.6	6.3
n	143	56.1	56.1	62.4
s	96	37.6	37.6	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	7.8	7.8	7.8
ts	3	1.2	1.2	9.0
n	140	54.9	54.9	63.9
s	92	36.1	36.1	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	6.3	6.3	6.3
ts	4	1.6	1.6	7.8
n	154	60.4	60.4	68.2
s	81	31.8	31.8	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21	8.2	8.2	8.2
ts	5	2.0	2.0	10.2
n	141	55.3	55.3	65.5
s	88	34.5	34.5	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	7.5	7.5	7.5
ts	5	2.0	2.0	9.4
n	138	54.1	54.1	63.5
s	93	36.5	36.5	100.0
Total	255	100.0	100.0	

y15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	7.1	7.1	7.1
ts	6	2.4	2.4	9.4
n	154	60.4	60.4	69.8
s	77	30.2	30.2	100.0
Total	255	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x11	58.1333	33.242	.574	.894
x12	58.2353	30.748	.685	.889
x13	58.2275	30.169	.799	.884
x14	58.0784	31.451	.761	.887
x15	58.2118	31.601	.699	.889
x16	58.0000	33.858	.434	.899
x17	58.2353	30.464	.736	.887
x18	58.1373	31.024	.766	.886
x19	58.2275	31.507	.651	.891
x110	58.0510	33.907	.530	.896
x111	58.0392	34.510	.338	.902
x112	58.1373	32.316	.624	.892
x113	58.1255	32.693	.558	.895
x114	58.2353	32.582	.574	.894
x115	58.5373	35.305	.404	.916

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.900	.903	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x21	59.1608	23.498	.505	.869
x22	58.9804	23.334	.661	.863
x23	58.9569	23.309	.521	.868
x24	59.1020	23.399	.575	.866
x25	59.0510	23.379	.646	.864
x26	59.0824	23.351	.603	.865
x27	59.0627	23.374	.654	.863
x28	59.0627	23.209	.576	.866
x29	59.0431	23.034	.620	.864
x210	59.6314	23.997	.488	.884
x211	59.1373	23.843	.645	.865
x212	59.1804	23.810	.487	.870
x213	59.6314	23.997	.488	.884
x214	59.0941	23.141	.587	.865
x215	59.0392	23.290	.595	.865

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.876	.889	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	47.1373	19.080	.665	.656
y2	47.2353	18.543	.650	.653
y3	47.0235	19.110	.607	.658
y4	47.9608	18.124	.747	.641
y5	48.1020	18.643	.656	.653
y6	48.1451	18.447	.644	.654
y7	48.0353	18.577	.661	.652
y8	48.0902	18.350	.677	.650
y9	48.1294	17.845	.747	.640
y10	48.0745	17.904	.754	.639
y11	48.1490	17.655	.776	.641
y12	48.1647	18.201	.687	.649
y13	48.1804	17.944	.680	.649
y14	48.1451	18.132	.660	.652
y15	48.2039	18.470	.666	.657

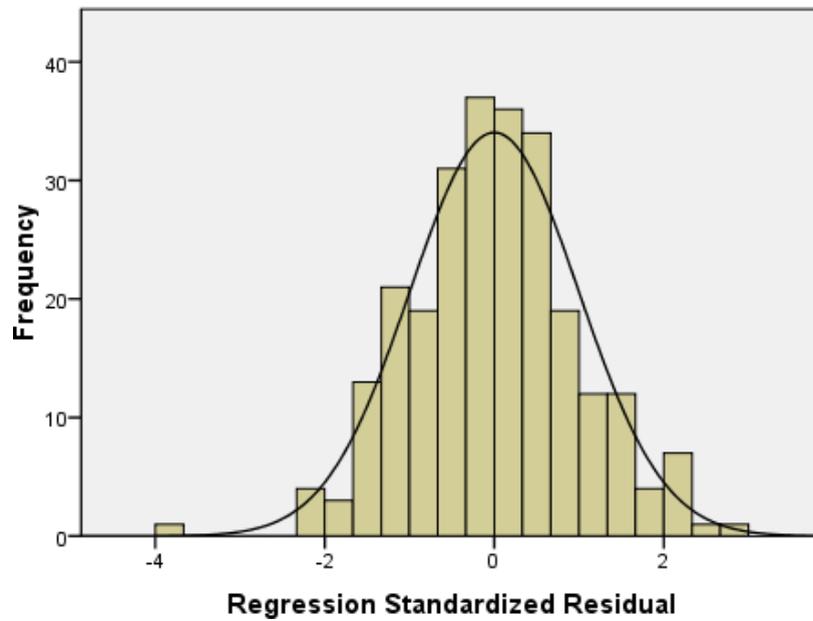
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.865	.865	15

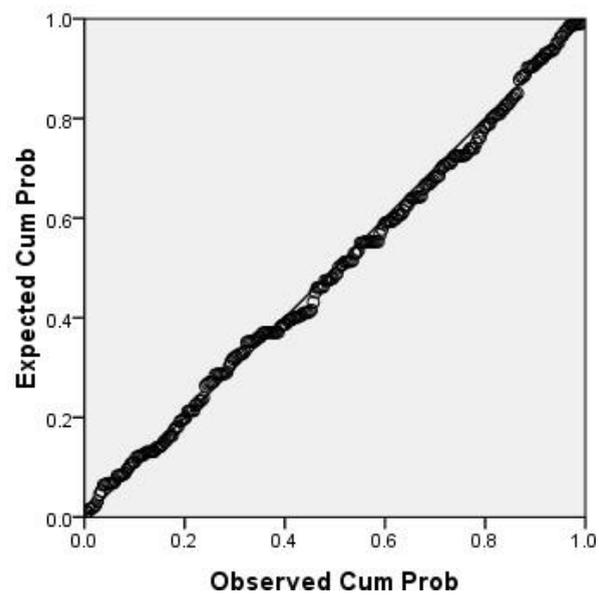
REGRESI

Histogram

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Dependent Variable: Keputusan Pembelian



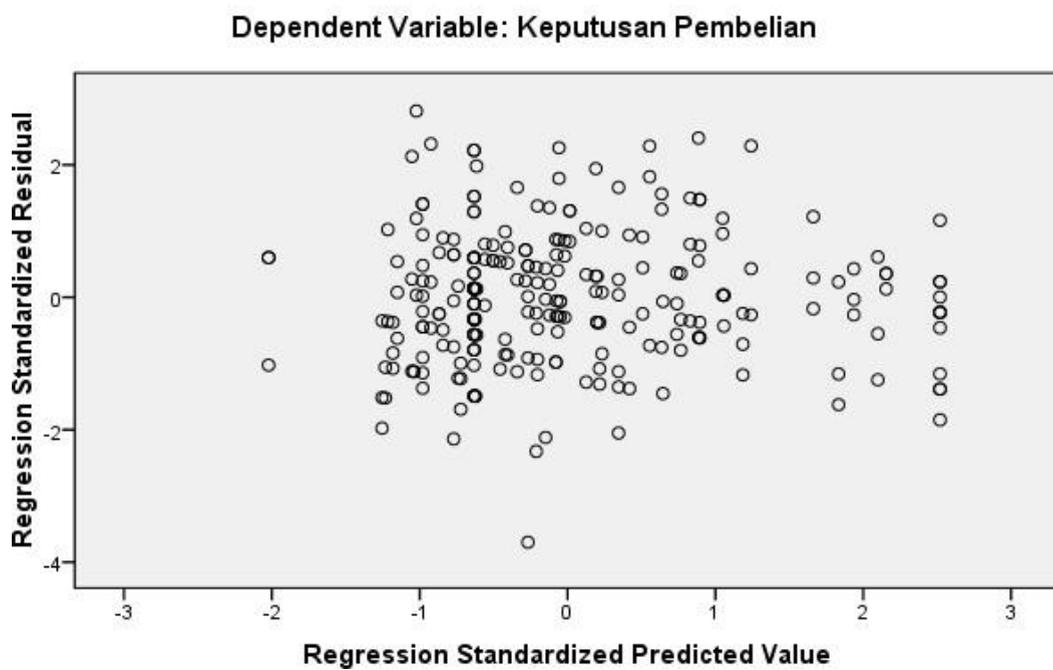
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

1 (Constant)		
Tingkat Religiusitas	.770	1.300
Produk Kemasan Makanan Halal	.770	1.300

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Scatterplot



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.190	3.594		8.957	.000
	Tingkat Religiusitas	1.105	.151	.141	3.075	.002
	Produk Kemasan Makanan Halal	1.198	.160	.226	4.324	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	531.517	2	265.759	54.280	.000 ^a
	Residual	4689.800	252	18.610		
	Total	5221.318	254			

a. Predictors: (Constant), Produk Kemasan Makanan Halal, Tingkat Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.516	.495	4.31397

a. Predictors: (Constant), Produk Kemasan Makanan Halal, Tingkat Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1. Religiusitas (X1)

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
A. Keyakinan						
1	Saya membeli produk Makanan halal karena perintah Allah SWT.					
2	saya membeli produk Makanan halal karena saya adalah seorang muslim.					
B. Ritual						
3	Saya membeli produk Makanan halal karena produk yg berlogo halal lebih aman.					
4	Saya membeli produk Makanan halal karena dapat memberi ketenangan dalam beribadah					
C. Pengalaman (penghayatan)						
5	saya membeli produk Makanan halal karena akan merasa lebih dekat dengan Allah SWT					
6	Saya membeli produk Makanan halal karena membuat hati saya tenang					
d. Pengetahuan						
7	Saya membeli produk Makanan halal karena pengetahuan saya terdapat aturan dan ajaran islam					
8	Saya membeli produk Makanan halal karena mengetahui tentang hukum halal dan haram					

E. Konsekuensi					
9	Saya membeli produk Makanan halal karena aman saat dikonsumsi.				
10	Saya membeli produk Makanan halal karena kualitasnya.				
11	Dengan adanya label halal yang dikeluarkan LPPOM-MUI, Saya yakin bahwa bahan baku pembuatan makanan tersebut Halal				
12	Logo halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan				
13	Saya lebih memilih produk makanan berlabel halal dari pada produk yang tidak memiliki label halal				
14	Dengan adanya label halal yang dikeluarkan LPPOM-MUI, saya yakin bahwa pembuatan makanan tersebut halal				
15	Produk berlabel halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat oleh MUI				

2. Produk Kemasan Makanan Halal Halal (X2)

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
A. Pengetahuan						
1	Saya tahu maksud dari gambar label halal tersebut.					
2	Saya selalu memperhatikan ada tidaknya gambar (label halal) tersebut pada kemasan sebelum membeli produk Makanan halal.					
B. Kepercayaan						
3	Saya dapat membaca tulisan “halal” pada label halal dengan jelas.					
4	Adanya tulisan “halal” membantu saya mengidentifikasi produk sbelum saya melakukan pembelian produk makanan.					
C. Pendapat						
5	Produk Makanan Impor memiliki harga yang dapat bersaing dengan produk halal					
6	Adanya “label halal” menjadi pertimbangan saya memilih produk makanan sebelum melakukan pembelian.					
7	Saya mengetahui dengan jelas letak “label halal” mempermudah saya dalam memberikan informasi dan keyakinan akan mutu produk Makanan.					
8	Karena terdapat “label halal” mempermudah saya dalam memberi informasi dan keyakinan akan mutu produk Makanan.					
9	Saya mengetahui kegunaan label halal					

10	Saya mengetahui produk makanan yang dibeli label halal dan yang tidak dibeli					
----	--	--	--	--	--	--

11	Saya selalu memperhatikan label halal pada kemasan					
12	Orang dapat memengaruhi saya untuk membeli makan label halal					
13.	Orang terdekat (keluarga&teman) berpikir tentang makanan halal lebih penting daripada makanan terkenal tetapi belum diberi label halal					
14	Keluarga saya akan menekankan saya pada saya pentingnya memilih makanan berlabel halal					
15	Mudah menemukan makanan berlabel halal					

3. *Keputusan pembeli (Y)*

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
A. kebutuhan						
1	Saya membeli Makanan Halal karena saya membutuhkannya untuk kesehatan.					
2	Saya memakan Makanan halal karena setelah saya pertimbangkan makanan label halal lebih layak dikonsumsi					
B. Pencarian informasi						
3	Sebelum membeli makanan saya selalu melihat label halal pada kemasan produk makanan					
4	Saya selalu mencari informasi tentang makan halal dan haram untuk pengetahuan saya					
C. Perilaku pasca pembelian						
5	Saya merasa puas setelah membeli makanan berlabel halal					
6	Saya merasa sangat puas dan bersyukur saat memakan makanan yang berlabel Halal					
7	Makanan label halal merupakan makanan pilihan utama saya					
8	Saya terbiasa melakukan pembelian makanan label halal dibandingkan tidak memiliki label halal					

9	Saya bersedia merekomendasikan makanan halal kepada teman-teman saya					
10	Saya akan melakukan pembelian makanan label halal secara rutin					
11	Saya memiliki kecenderungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk makanan label halal					
12	Saya mempunyai selera tersendiri terhadap makanan berlabel halal					
13	Harga makanan label halal sesuai dengan kualitas produk					
14	Saya akan menceritakan hal positif tentang produk makanan label halal					
15	Saya merasakan kecocokan dengan produk makanan label halal yang saya beli					

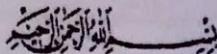


MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU
 Menggaji Umat Berprestasi

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 100/2017
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax (061) 6623474, 6631003
 http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsunedan | umsunedan | umsunedan | umsunedan

Sila kunjungi situs ini agar mengetahui
 nomor dan tanggalnya



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada Yth :
 Dekan FAI UMSU

16 Rajab 1444 H
 7 februari 2023 M

Di -
 Tempat

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Lusiana Adilla Mansur
 Npm : 1901270055
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,69



Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Pengaruh tingkat religiusitas dan literasi halal pada produk makanan kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di kabupaten simalungun	10/2/23 Rizyan Pradesyeh, M.Ed ll	Rizyan Pradesyeh, M.Ed ll	10/2/23 An ll
2	Pengaruh pengetahuan, persepsi tentang bank syariah, dan teknologi e-banking terhadap minat masyarakat religious menggunakan produk-produk bank syariah			
3	Pengaruh tingkat religiusitas santri pondok pesantren Baitussalam simpang Mangga terhadap minat menabung di Bank Syariah			

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat Saya

Lusiana Adilla Mansur

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map .

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU

Unggul | Cerdas | Berprestasi

www.umsu.ac.id

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

1954 Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003



http://fai@umsu.ac.id

fai@umsu.ac.id



umsumedan



umsumedan



umsumedan



umsumedan



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi
Fakultas
Program Studi
Jenjang

: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
: Agama Islam
: Perbankan Syariah
: S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi
Dosen Pembimbing

: Dr. Rahmayati SE.I, M.EI
: Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI

Nama Mahasiswa
Npm
Semester
Program Studi
Judul Skripsi

: Lusiana Adilla Mansur
: 1901270055
: VIII B1 Pagi
: Perbankan Syariah
: Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
23 Mei 2023	BAB I - pengertian latar belakang penelitian pada permasalahan yang di urutkan di latar belakang masalah	Ed	
25 Mei 2023	BAB I - Permasalahan di urutkan - Identifikasi masalah penelitian - Rumusan dan Tujuan penelitian Sehingga	Pf	

Medan, 2023

Diketahui/Ditetujui
Dekan

Diketahui/ Ditetujui
Ketua Program Studi

Pembimbing Proposal



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

[Signature]
Dr. Rahmayati SE.I, M.EI.

[Signature]
Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI



UMSU

Unggulkan Kualitas, Unggulkan Prestasi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

http://fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

- Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- Fakultas : Agama Islam
- Program Studi : Perbankan Syariah
- Jenjang : S1 (Strata Satu)
- Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati SE.I, M.EI
- Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI
- Nama Mahasiswa : Lusiana Adilla Mansur
- Npm : 1901270055
- Semester : VIII B1 Pagi
- Program Studi : Perbankan Syariah
- Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
15 Juni 2023	BAB 1 - Cara dalam Teori dan selanjutnya - Uraikan variabel penelitian terdahulu	pk	
21 Juni 2023	BAB 1 - Beda penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan - kerangka pemikiran	pk	

Medan, 2023

Diketahui/Disetujui
Dekan
Asso. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi
Dr. Rahmayati SE.I, M.EI.

Pembimbing Proposal
Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI



UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

Dasar kemajuan untuk ke arah pembangunan
kehidupan dan kesejahteraan

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PESAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 27/SA.BAN-PT/Akred/PT/111/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati SE.I, M.EI
 Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI

Nama Mahasiswa : Lusiana Adilla Mansur
 Npm : 1901270055
 Semester : VIII B1 Pagi
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
6 Juli 2023	BAB III - Deskripsi variabel penelitian dan diambil dari teori. - Urutan dan indikator penelitian.	<i>[Signature]</i>	
10 Juli 2023	Procc Seminar proposal.	<i>[Signature]</i>	

Medan, 2023

Diketahui/Disetujui
Dekan

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Pembimbing Proposal

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Rahmayati SE.,M.EI.

Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474. 6631003
 http://fa.umsu.ac.id fai@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH

Pada hari Kamis 15 Agustus 2023 M telah diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Lusiana AdillaMansur
 Npm : 1901270055
 Semester : VIII (Delapan)
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Proposal : Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun.

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	✓
Bab I	- LBM disesuaikan kembali - Identifikasi masalah disesuaikan dari LBM
Bab II	✓
Bab III	- buat sumber responden data nya - sumber umk di hlm 25
Lainnya	Sitasi dan 75 relevan belum ada
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 15 Agustus 2023

Tim Seminar

Ketua

 (Dr. Rahmayati SE.I,MEI)

Sekretaris

 (Riyan Pradesyah SE.Sy.,MEI)

Pembimbing

 (Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI)

Pembahas

 (Dr. Rahmayati SE.I,MEI)



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PEMBINAAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 59/SK BAN-PT/Akred PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
http://fai@umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada Hari Sabtu 15 Agustus 2023 M dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Lusiana Adilla Mansur
Npm : 1901270055
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Kabupaten Simalungun.

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan 15 Agustus 2023

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Dr. Rahmayati SE, I, M, EI)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah S.E.Sy., MEI)

Pembimbing

(Riyan Pradesyah S.E.Sy., MEI)

Pembahas

(Dr. Rahmayati SE, I, M, EI)

Diketahui/ Disetujui

Dekan

Dekan I



Dr. Zailani, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Akron dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIAN

Kepada Yth.

Mahasiswa Perbankan Syariah FAI UMSU

Di Tempat

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lusiana Adilla Mansur

NPM : 1901270055

Jurusan : Perbankan Syariah

Bermaksud akan mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Literasi Halal Pada Produk Makanan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Kabupaten Simalungun”. Maka dari itu saya akan melakukan penelitian terhadap 255 Responden masyarakat Kabupaten Simalungun.

Dengan surat ini saya memohon kepada Masyarakat Kabupaten Simalungun untuk bersedia menjadi responden dalam penelitian yang akan saya lakukan. Penelitian ini tidak akan menimbulkan kerugian atau membahayakan responden. Kerahasiaan informasi dari responden akan terjaga dan akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Medan, 29 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Peneliti

(Riyan Pradesyah S.E.Sy.,MEI)

(Lusiana Adilla Mansur)



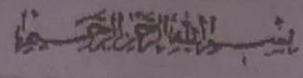
UMSU

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
PERPUSTAKAAN

Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia No. 100/961/SP/PTK/2017
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567
NPP. 127120301900003 • <http://www.perpustakaan.umsu.ac.id> • perpustakaan@umsu.ac.id • [perpustakaan.umsu](https://www.perpustakaan.umsu.ac.id)

SURAT KETERANGAN

Nomor : 2526 / KET/IL3-AU /UMSU-P/M/2023



Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Kepala Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

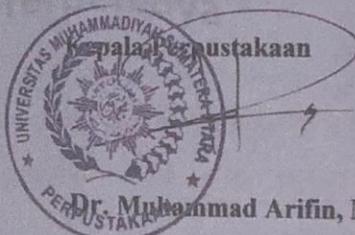
Nama	: Lusiana Adilla Mansur
NIM	: 1901270055
Univ./Fakultas	: Agama Islam
Jurusan/P.Studi	: Perbankan Syariah

Telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Medan, 15 Safar 1445 H
31 Agustus 2023 M

Kepala Perpustakaan



Dr. Muhammad Arifin, M.Pd

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Lusiana Adilla Mansur
Tempat & Tanggal Lahir : Bandar Betsy II, 23-Oktober-2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Bandar Betsy II
No HP : 087876230355
Email : lusianaadilla74@gmail.com
Nama Ayah : Muhammad Mansur
Nama Ibu : Juliana
Pendidikan Formal :
1. SD Impres 097812 Kp.Tempel 2007 – 2013
2. SMP NEGERI 1 Bandar Masilam 2013-2016
3. SMK Penerbangan Abdi Nusantara 2016-2019
4. Diterima sebagai mahasiswa S1 Program Perbankan
Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara 2019