

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KEPERCAYAAN
PENGUNAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DI KALANGAN
MAHASISWA UMSU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

TANTRI ARUM

NPM : 2201280028



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

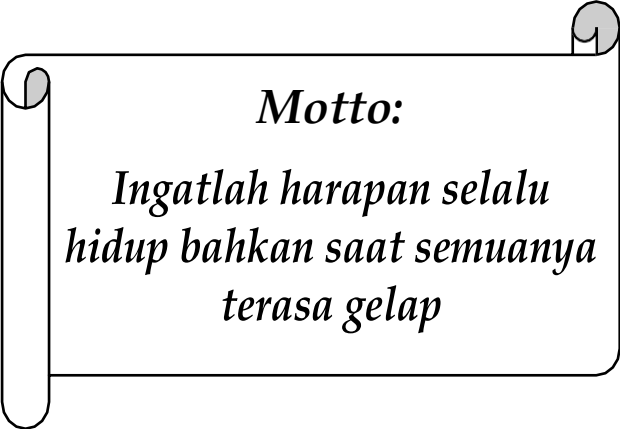
2026

PERSEMBAHAN

Segala Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, yang telah mengantarkan saya hingga ke titik ini. Semoga ilmu yang telah saya peroleh dapat bermanfaat bagi banyak orang. Aamiin

Karya ilmiah ini saya persembahkan dengan penuh cinta kepada kedua orang tua saya tercinta yang sangat berjasa dalam hidup saya, yang selalu mengusahkan anak nya agar bisa menempuh pendidikan setinggi-tingginya.

Kepada ayah saya terima kasih atas nasihat, dukungan, cucuran keringat dan kerja keras mu demi anakmu bisa sampai ke tahap ini. Untuk Ibu saya, terima kasih atas segala pesan, motivasi, doa dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah dan ikhtiar anakmu sehingga bisa sampai di titik ini. Terima Kasih atas hal yang senantiasa kalian berikan yang tidak terhitung jumlahnya.



Motto:

***Ingatlah harapan selalu
hidup bahkan saat semuanya
terasa gelap***

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Tantri Arum

NPM : 2201280015

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Agama Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Kalangan Mahasiswa UMSU** merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarism maka saya bersedia ditindak dengan peraturan berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, Februari 2026

Yang Menyatakan:



Tantri Arum

NPM : 2201280028



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nama 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 [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

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

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I
Dosen Pembimbing : Dr. Salman Nasution, S.E.I., M.A

Nama Mahasiswa : Tantri Arum
Npm : 220128028
Semester :
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Kalangan Mahasiswa UMSU

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
5/2 2026	- buat logo umsu		
9/2 2026	- tentukan jumlah mahasiswa seliap fakultas untuk responden penelitian		
12/2 2026	- ganti populasi umsu dan perbaiki jumlah sampel pada rumus solvin		
13/2 2026	- aee sdang ush apri		

Medan, 13 Februari 2026

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Pembimbing Skripsi

Dr. Salman Nasution, S.E.I., M.A

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



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

NAMA MAHASISWA : Tantri Arum
NPM : 2201280028
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Kalangan Mahasiswa UMSU

Medan, Februari 2026

Pembimbing

Dr. Salman Nasution, S.E.I., M.A

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Disa menjawa kuni ini agai disoutkan
Memor 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 [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : **Tantri Arum**
NPM : **2201280028**
Program Studi : **Manajemen Bsinis Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Kalangan Mahasiwa UMSU**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Februari 2026

Pembimbing

Dr. Salman Nasution, S.E.I., M.A

DISETUJUI OLEH :
KETUA PROGRAM STUDI

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I



Dekan,

Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, MA

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

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

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem 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 sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De

ذ	Ẓal	ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en

و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

يَ...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
وُ...ُ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...ِ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إَ...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...ُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnahal-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim 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 penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- | | |
|--|---|
| - وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn |
| - بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا | Bismillāhi majrehā wa mursāhā |

I. 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, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- | | |
|---|---|
| - الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ | Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/<br>Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn |
| - الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ | Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm |

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. 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 dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

Tantri Arum, 2201280028, 2026, Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan di Kalangan Mahasiswa UMSU

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa UMSU yang pernah melakukan pembelian produk makanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 4,220 lebih besar dari t tabel 1,984 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kepercayaan penggunaan produk juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 4,774 lebih besar dari t tabel 1,984 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 52,711 lebih besar dari F tabel 3,09 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,511 menunjukkan bahwa keputusan pembelian mahasiswa dipengaruhi oleh sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk sebesar 51,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : *Sertifikasi Halal, Kepercayaan Penggunaan Produk, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Tantri Arum, 2201280028, 2026. The Effect of Halal Certification and Trust in Product Use on Purchasing Decisions of Food Products among Students of Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

The purpose of this study is to examine the effect of halal certification and trust in product use on purchasing decisions of food products among students of Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). This study employs a quantitative approach with a sample of 100 respondents, determined using the Slovin formula. Data were collected through the distribution of questionnaires to UMSU students who have purchased food products.

The results of the study indicate that partially, halal certification has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 4.220, which is greater than the t-table value of 1.984, and a significance level of $0.000 < 0.05$. Trust in product use also has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 4.774, which is greater than the t-table value of 1.984, and a significance level of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, halal certification and trust in product use have a significant effect on purchasing decisions, as indicated by an F-value of 52.711, which is greater than the F-table value of 3.09, and a significance level of $0.000 < 0.05$. The Adjusted R Square value of 0.511 indicates that 51.1% of purchasing decisions are influenced by halal certification and trust in product use, while the remaining 48.9% are influenced by other factors outside this study.

Keywords : Halal Certification, Trust in Product Use, Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas berkah limpahan rezeki, kesehatan rahmat dan karunia-Nya, serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan di Kalangan Mahasiswa UMSU**. Semoga penulis serta pembaca selalu berada di dalam naungan syafa'atnya hingga akhir zaman nanti, Amin Ya Rabbal'alamin.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Orang Tua saya tercinta, Bapak Supratman dan Ibu Ramiati yang telah banyak memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa restu kepada penulis, atas segala jerih payah dan pengorbanan tanpa mengenal lelah dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I., M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rizka Hafriani, S.Pd.I., M.Psi selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Muhammad Ruslan, S.Pd., M.Pd selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Salman Nasution, S.E.I., M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi dan dukungan kepada penulis.
9. Keluarga penulis Arief Maulana S.Ak, Sanu Bahari, Mutia Rani, dan Kevin Perdana yang senantiasa memberikan dukungan moril dan materil, motivasi dan mendoakan penulis.
10. Sahabat-sahabat penulis yaitu Siti Afifah Salsabila, Cut Zahara Salidia, Ananda Putri Ariyani, dan Siti Zahra Amelia dan Selly yang selalu memberikan semangat dan doa serta berjuang bersama dalam menyelesaikan perkuliahan hingga akhir.
11. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri, Tantri Arum yang telah berjuang hingga akhir penyusunan skripsi ini. Terima kasih tetap bertahan di tengah rasa lelah, cemas, dan keraguan yang kerap hadir, setiap usaha dan air mata, yang diberikan menjadi bagian penting dari perjalanan ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga proposal ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

WaalaikumsalamWr. Wb.

Medan, 2026

Penulis

TANTRI ARUM

NPM : 2201280028

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Masalah	4
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Pustaka.....	8
B. Kajian Peneliti terdahulu.....	17
C. Kerangka Penelitian	22
D. Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Pendekatan Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Populasi dan Sampel	25
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Instrumen Penelitian.....	29
G. Uji Prasyarat.....	30
H. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	35
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
C. Hasil Penelitian	42
D. Pembahasan.....	53

BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	29
Tabel 3.3 Indikator Variabel	29
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Angkatan	40
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Sertifikasi Halal	40
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Penggunaan Produk ...	41
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.5 Uji Validitas Sertifikasi Halal (X1)	42
Tabel 4.6 Uji Validitas Kepercayaan Penggunaan Produk	43
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.8 Uji Reabilitas Sertifikasi Halal	44
Tabel 4.9 Uji Reabilitas Kepercayaan Penggunaan Produk.....	44
Tabel 4.10 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.11 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	45
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.14 Uji Statistik Deskriptif	48
Tabel 4.15 Uji Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.16 Uji Parsial (Uji t).....	51
Tabel 4. 17 Uji Simultan (Uji f).....	52
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi dengan R Square (R ²).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk di kantin kejujura FAI UMSU	2
Gambar 1.2 Produk di kantin UMSU.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	22
Gambar 4.1 Logo Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	37

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara dengan populasi pemeluk agama Islam yang dominan, Indonesia menunjukkan potensi pasar yang besar dalam sektor konsumsi produk makanan dan minuman. Data terbaru dari Sistem Informasi Geografis (GIS) Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia pada Juni 2025 mencapai 286,69 juta jiwa, dengan sekitar 87,14% dari total populasi tersebut menganut agama Islam. Kondisi ini memberikan gambaran yang jelas mengenai dominasi demografis agama Islam di Indonesia, serta implikasinya terhadap potensi pasar untuk produk makanan dan minuman yang sejalan dengan preferensi keagamaan mayoritas.

Bagi komunitas Muslim, kehalalan merupakan elemen penting dalam proses seleksi dan konsumsi produk pangan. Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai tanda kehalalan, tetapi juga sebagai instrumen peningkatan kualitas produk, perlindungan konsumen, dan penunjang pertumbuhan ekonomi.(Yuwana et al., 2021) Di tengah intensifikasi kesadaran halal dan proliferasi produk pangan di lingkungan akademik, perhatian mahasiswa terhadap label halal serta tingkat kepercayaan terhadap produk tersebut pun mengalami peningkatan yang substansial khususnya di lingkungan kampus seperti Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), sebagai komponen dari institusi yang berbasis pada nilai-nilai Islam, memiliki beragam perilaku dalam memilih dan membeli produk makanan, khususnya terkait perhatian terhadap kehalalan produk dan tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan produsen. Hasil temuan menunjukkan bahwa kurang dari 50% mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang menjadikan sertifikasi halal sebagai pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk makanan. Di sisi lain, kepercayaan terhadap produk, baik dari segi kualitas, keamanan, maupun kredibilitas sertifikasinya, juga menunjukkan

tingkat yang berbeda pada setiap mahasiswa. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan apakah sertifikasi halal benar-benar memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa atau justru kepercayaan terhadap produk yang lebih menentukan. Maka dari itu saya melakukan pra riset dengan melakukan wawancara oleh beberapa mahasiswa UMSU dalam melakukan pembelian produk makanan di lingkungan kampus.



Gambar 1.1 Produk di kantin
Kejujuran FAI UMSU



Gambar 1.2 Produk di kantin UMSU

Hasil pra riset menunjukkan bahwa dari 7 mahasiswa FAI UMSU memilih membeli produk makanan tersebut karena memiliki kepercayaan terhadap penjual yang dianggap menjaga kehalalan produk, mengingat penjual berada di lingkungan kampus dan mayoritas beragama Islam. Mereka juga merasa bahwa kawasan kampus merupakan lingkungan yang aman dan terawasi, sehingga kualitas dan keamanan produk dianggap cukup meyakinkan meskipun tanpa label halal resmi. Sebaliknya, ada mahasiswa yang tidak membeli produk tersebut karena merasa kurang yakin terhadap keamanan dan kebersihan produk. Ketiadaan label halal, informasi komposisi, dan tanggal kedaluwarsa membuat mereka ragu dan lebih memilih produk yang memiliki izin edar atau sertifikasi halal yang jelas.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan mahasiswa dalam membeli produk makanan di lingkungan kampus dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kepercayaan terhadap penjual dan lingkungan kampus, serta kebutuhan akan jaminan keamanan produk. Perbedaan tingkat kepercayaan dan kehati-hatian antar mahasiswa menjadi alasan utama yang membedakan keputusan pembelian mereka.

Sejalan dengan hal tersebut, berbagai penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa sertifikasi halal telah berkontribusi sebagai determinan utama dalam membentuk persepsi serta keputusan konsumsi konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadiansyah, Pratiwi, 2025) mengungkapkan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan persepsi kualitas dan mempengaruhi keputusan pembelian produk pangan di kalangan mahasiswa yang menggunakan layanan Shopee Food. Lebih lanjut, studi yang dilakukan oleh (Qotimah, 2025) menegaskan bahwa sertifikasi halal dan tingkat kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kepercayaan berperan sebagai variabel intervening. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian (Sulistiyani & Fahrullah, 2024) pemahaman halal, nilai religius, dan kejelasan informasi produk tetap berperan penting dalam mendorong keputusan beli konsumen Muslim.

Walaupun penelitian mengenai sertifikasi halal dan kepercayaan telah dilakukan secara luas, terdapat celah penelitian yang memerlukan perhatian lebih mendalam. Mayoritas kajian sebelumnya menekankan pada konsumen secara umum, generasi Z, atau kelompok spesifik di berbagai wilayah, sehingga belum memberikan pandangan yang detail tentang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai objek studi. Selain itu, lingkup penelitian yang lebih dominan mengkaji produk kosmetik, platform digital, atau (UMKM) belum secara spesifik mengeksplorasi produk pangan yang tersedia di area kampus.

Kajian yang secara eksplisit mengaitkan dampak sertifikasi halal dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa juga masih minim. Kondisi ini menunjukkan adanya kesempatan untuk penelitian baru, khususnya dalam menyelidiki bagaimana sertifikasi halal dapat membangun kepercayaan mahasiswa UMSU terhadap produk yang mereka konsumsi, serta peran kepercayaan tersebut dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian ini penting karena mampu berkontribusi pada kemajuan akademik dalam bidang perilaku konsumen Muslim, khususnya terkait mahasiswa sebagai kelompok dengan preferensi dan pola konsumsi yang unik. Dari aspek praktis, studi

ini dapat menyediakan panduan bagi para pengusaha produk pangan, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah di lingkungan akademik serta produsen yang menargetkan mahasiswa, untuk menyoroti transparansi sertifikasi halal sebagai pendekatan strategis guna meningkatkan kepercayaan dan volume pembelian. Dari perspektif sosial-religius, studi ini mendukung inisiatif penguatan literasi halal serta peningkatan kesadaran mahasiswa mengenai urgensi memilih produk yang terjamin kehalalannya, sehingga dapat memperbaiki standar konsumsi di kalangan umat Muslim.

Penentuan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai lokasi penelitian didasarkan pada profil mahasiswa yang sebagian besar beragama Islam serta lingkungan kampus yang menekankan nilai-nilai keislaman. Kondisi ini menjadikan mahasiswa UMSU sebagai subjek yang tepat untuk mengkaji dampak sertifikasi halal dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk makanan karena mampu menggambarkan keterkaitan langsung antara elemen jaminan kehalalan, kepercayaan konsumen, dan perilaku pembelian, sehingga dapat menyediakan deskripsi menyeluruh mengenai pola konsumsi mahasiswa dalam kerangka halal.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dalam penelitian ini dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih banyak mahasiswa UMSU yang kurang memperhatikan keberadaan sertifikasi halal pada produk makanan dalam membuat keputusan pembelian, sehingga perlu ditelusuri sejauh mana sertifikasi halal mempengaruhi pilihan mereka.
2. Tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap penggunaan produk makanan tertentu masih bervariasi, baik dari sisi keamanan, kualitas, maupun kehalalan, yang dapat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau tidak membeli suatu produk.
3. Keputusan pembelian mahasiswa UMSU terhadap produk makanan dipengaruhi oleh berbagai faktor selain sertifikasi halal dan kepercayaan, sehingga perlu diidentifikasi apakah dua variabel tersebut memberikan

pengaruh dominan atau tidak dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU?
2. Apakah kepercayaan penggunaan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU?
3. Bagaimana sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan penggunaan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.
3. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran, khususnya di bidang perilaku konsumen muslim. Temuan penelitian ini berpotensi memperkaya literatur mengenai pengaruh sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dapat berfungsi sebagai fondasi untuk pengembangan teori atau model inovatif yang sesuai dengan konteks konsumen muslim di lingkungan akademik, sehingga memperluas wawasan pengetahuan di bidang disiplin ilmu manajemen dan pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk menambah pemahaman mengenai pengaruh sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini membantu penulis mengembangkan kemampuan dalam melakukan analisis data serta menyusun karya ilmiah secara sistematis sebagai bekal akademis dan profesional ke depan

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa sebagai konsumen dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal dan faktor kepercayaan ketika memilih produk makanan. Temuan penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi mahasiswa agar bersikap lebih selektif dan kritis dalam melakukan pembelian, sehingga perilaku konsumsi mereka lebih aman, berkualitas, dan sesuai dengan prinsip konsumsi halal.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini memberikan informasi yang dapat digunakan kampus untuk meningkatkan edukasi tentang pentingnya konsumsi halal serta memahami perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil penelitian juga dapat menjadi referensi bagi pengembangan kegiatan akademik dan penelitian terkait di masa mendatang.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal skripsi mengikuti urutan yang terstruktur dan jelas, adapun yang menjadi sistematika penulisan dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai alasan dilakukannya penelitian serta arah yang ingin dicapai.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai landasan teoritis kajian pustaka, kajian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang metode penelitian pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji prasyarat, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang deskripsi institusi yang diteliti, deskripsi karakteristik responden, hasil penelitian yang di teliti dan pembahasan penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan penelitian dari hasil wawancara yang telah dilakukan, saran dan rekomendasi penulis untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Sertifikasi Halal

a. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikat halal merupakan dokumen resmi yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai bentuk pernyataan bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan kehalalan berdasarkan hukum Islam. Dalam pengertian yang lebih ringkas, sertifikat halal dapat dipahami sebagai fatwa tertulis dari MUI yang diterbitkan melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) untuk menegaskan bahwa suatu produk sesuai dengan standar syariat Islam.(Fitri et al., 2021)

Keberadaan sertifikat halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk jaminan bagi konsumen, tetapi juga berperan dalam mencegah berkurangnya tingkat kepercayaan akibat munculnya kasus atau situasi yang menimbulkan keraguan terhadap kehalalan suatu produk. (Hasni, 2025). Melalui proses audit yang dilakukan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), status kehalalan produk diuji secara menyeluruh sehingga konsumen memperoleh jaminan bahwa produk yang dikonsumsi bebas dari unsur yang dilarang.

Tujuan utama penyelenggaraan sertifikasi halal ialah memberikan perlindungan kepada konsumen agar mereka memperoleh produk yang terjamin status kehalalannya. Jika ditinjau dari sudut pandang maqashid syariah, penerapan sertifikasi halal mencerminkan upaya untuk menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, serta harta masyarakat. (Widyaningsih, 2023) Oleh sebab itu, sertifikasi halal menjadi elemen yang signifikan dalam mempengaruhi persepsi dan sikap konsumen terhadap suatu produk pangan serta keberadaan label pada suatu produk dapat meningkatkan daya saing serta memengaruhi sikap konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Afandi, 2023)

Allah memerintahkan manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik, sebagaimana tercantum dalam Surah Al-Baqarah ayat 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُبِينٌ ١٦٨ -

Artinya : “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata” (Q.S Al- Baqarah : 168)

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ١١٤ -

Artinya : “Makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya”. (Q.S An- Nahl : 114)

Berdasarkan makna kedua ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa Islam menegaskan pentingnya mengonsumsi makanan yang halal dan baik sebagai bagian dari ketaatan kepada Allah. Umat manusia diperintahkan untuk memilih rezeki yang suci serta bermanfaat, sekaligus menjauhi segala ajakan atau cara yang menjerumuskan pada perbuatan yang dilarang. Selain itu, anjuran untuk mensyukuri nikmat Allah menunjukkan bahwa kepatuhan dalam memilih makanan halal bukan hanya aspek konsumsi, tetapi juga wujud penghambaan dan kesadaran spiritual seorang Muslim.

b. Indikator Sertifikasi Halal

Indikator Sertifikasi Halal dalam penelitian ini menggunakan indikator (Rahmawati, 2021) sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan tentang Sertifikasi Halal : Pengetahuan mengenai sertifikasi halal mencakup pemahaman konsumen tentang makna,

fungsi, dan mekanisme sertifikasi halal pada produk makanan. Indikator ini menilai sejauh mana konsumen mengetahui prosedur penetapan halal, lembaga yang berwenang (BPJPH, LPH, MUI), serta standar bahan dan proses produksi yang harus dipenuhi produsen untuk memperoleh sertifikat halal.

- 2) Jaminan Kehalalan Produk melalui Sertifikasi Halal : Jaminan kehalalan adalah bentuk kepastian bahwa sebuah produk memenuhi syarat halal dari seluruh aspek: bahan baku, alat produksi, proses pengolahan, distribusi, hingga penyimpanan. Indikator ini menilai apakah sertifikat halal dinilai konsumen sebagai bukti kuat bahwa produk aman, bersih, dan sesuai standar syariah.
- 3) Pengaruh Label Halal terhadap Pemilihan Produk : Label halal berfungsi sebagai informasi utama bagi konsumen Muslim ketika memilih produk. Labelisasi halal menjadi sinyal kualitas, integritas produsen, dan tingkat kepatuhan terhadap regulasi kehalalan.

Indikator- indikator Sertifikasi Halal ini menunjukkan Sertifikasi halal dinilai penting oleh konsumen karena memberikan pemahaman, kepastian, dan keyakinan dalam memilih produk makanan. Pengetahuan konsumen mengenai proses dan lembaga sertifikasi membuat mereka lebih selektif dalam menilai kehalalan produk. Keberadaan sertifikat halal dianggap sebagai jaminan bahwa produk memenuhi standar syariah dari bahan hingga proses produksinya. Selain itu, label halal berfungsi sebagai penanda yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena dianggap mencerminkan kualitas, keamanan, dan kredibilitas produsen.

2. Kepercayaan Penggunaan Produk

a. Pengertian Kepercayaan Penggunaan Produk

Kepercayaan merupakan keseluruhan pengetahuan yang dimiliki konsumen serta rangkaian kesimpulan yang mereka bentuk mengenai suatu objek, termasuk atribut dan manfaat yang melekat pada objek tersebut. (Lailiya, 2020). Menurut penelitian (Amsari, 2023) kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap pihak lain dalam menjalin hubungan atau transaksi, berdasarkan anggapan bahwa pihak yang

dipercaya akan menjalankan kewajibannya dengan baik sesuai dengan harapan.

Kepercayaan dalam konteks penggunaan produk merujuk pada keyakinan konsumen bahwa suatu produk atau penyedia layanan akan memenuhi harapan dan memberikan manfaat yang dijanjikan, meskipun terdapat ketidakpastian dan risiko yang melekat dalam proses transaksi atau penggunaan. Hal ini selaras dengan pandangan (Hendrayati, 2024) yang menyatakan kepercayaan dalam penggunaan produk merupakan keyakinan konsumen bahwa merek atau produk akan memberikan manfaat dan kinerja sesuai yang dijanjikan sehingga konsumen bersedia mengandalkan produk tersebut meskipun terdapat potensi risiko dan ketidakpastian dalam proses konsumsi.

Aspek kualitas produk mencakup tingkat kesesuaian produk dengan deskripsi yang diberikan, daya tahannya, serta konsistensinya dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Penelitian (Widyastari et al., 2024) menunjukkan bahwa ketika konsumen menilai suatu produk memiliki kualitas yang baik, tingkat kepercayaan mereka terhadap produk tersebut meningkat, yang pada akhirnya berpengaruh pada keputusan pembelian.

b. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Penggunaan Produk

Menurut (Siregar, 2024) Ada beberapa faktor penting yang mempengaruhi yang mempengaruhi Kepercayaan Penggunaan Produk Halal di antaranya:

- 1) **Kualitas Produk** : Kualitas produk menjadi elemen kunci yang paling sering muncul dalam literatur sebagai pembentuk kepercayaan konsumen. Produk yang terbukti aman, mematuhi standar mutu yang jelas, dan memberikan manfaat sesuai dengan klaimnya akan meningkatkan rasa yakin konsumen dalam penggunaannya. Secara umum, konsumen lebih memilih produk yang stabil, konsisten, dan tidak menimbulkan bahaya.

- 2) Pengalaman Penggunaan Sebelumnya : Pengalaman langsung konsumen memainkan peran signifikan dalam membentuk kepercayaan terhadap produk. Apabila konsumen memperoleh pengalaman yang positif, mereka cenderung lebih percaya bahwa produk tersebut aman dan cocok untuk digunakan kembali. Namun, pengalaman yang negatif justru dapat mengurangi tingkat kepercayaan tersebut.
- 3) Pengaruh Sosial dan Rekomendasi : Kepercayaan konsumen juga terbentuk melalui pandangan dari pihak lain, termasuk keluarga, teman, tokoh publik, atau ulasan pengguna lainnya. Rekomendasi sosial memberikan stimulus psikologis, sebab konsumen merasa bahwa keyakinan mereka diperkuat oleh perspektif orang-orang di sekitarnya.

c. Indikator Kepercayaan Penggunaan Produk

Indikator Kepercayaan Penggunaan Produk dalam penelitian ini menggunakan indikator yang diidentifikasi oleh (Nursyapa, 2025)

- 1) Keyakinan terhadap Keamanan Produk : Indikator ini mengukur sejauh mana konsumen meyakini bahwa produk yang mereka konsumsi benar-benar aman, halal, serta terbebas dari bahan-bahan yang dilarang.
- 2) Persepsi terhadap Kejujuran Produsen : Indikator ini mengevaluasi sejauh mana konsumen melihat produsen sebagai pihak yang bertanggung jawab, transparan, dan konsisten dalam menjaga kualitas serta kepatuhan terhadap standar halal, terbuka, dan berkelanjutan dalam memelihara standar kualitas serta kesesuaian dengan norma halal.
- 3) Kepercayaan pada Kualitas Produk : Indikator ini mengevaluasi sejauh mana konsumen meyakini bahwa standar kualitas produk yang mereka konsumsi dipertahankan secara stabil seiring berjalannya waktu. Konsistensi tersebut melibatkan elemen seperti

cita rasa, desain kemasan, komposisi bahan, serta pengalaman pembelian di masa lampau.

Indikator ini menunjukkan ketiganya saling berhubungan, di mana jaminan halal yang jelas, transparansi produsen, dan pengalaman kualitas yang stabil memperkuat rasa percaya konsumen dan mendorong mereka untuk terus memilih serta menggunakan produk tersebut.

3. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses penentuan pilihan yang diawali dengan pengenalan terhadap suatu kebutuhan atau masalah, kemudian dilanjutkan dengan evaluasi berbagai alternatif yang tersedia, hingga akhirnya konsumen menetapkan pilihan pada produk yang dianggap paling mampu memenuhi kebutuhannya (Putri, 2022). Penelitian yang sama menyebutkan keputusan pembelian merupakan rangkaian tahapan yang dilalui seseorang sebelum menentukan pilihan untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu (Adriyanto & Subakti, 2023).

Keputusan pembelian konsumen berkaitan erat dengan persepsi mereka terhadap kualitas produk serta citra merek yang melekat pada produk tersebut (Khairul Anshor Nst, 2022). Pada penelitian (Sari, 2021) keputusan pembelian merupakan proses pemilihan yang dilakukan konsumen ketika dihadapkan pada dua atau lebih alternatif produk, sehingga konsumen harus menentukan pilihan yang dianggap paling tepat untuk dibeli. Menurut (Rismanda & Elsandra, 2025) proses pengambilan keputusan pembelian pada dasarnya berjalan dengan pola yang serupa pada setiap individu. Setelah melalui seluruh tahapan tersebut, konsumen kemudian dihadapkan pada keputusan akhir, yaitu apakah akan melanjutkan pembelian atau membatalkannya. Pada tahap ini, konsumen melakukan pemilihan dengan mempertimbangkan bagaimana mereka dapat menyeimbangkan berbagai kebutuhan dan keinginan yang dimiliki.

b. Proses Keputusan Pembelian

Sebuah keputusan umumnya diambil berdasarkan sejumlah alternatif yang tersedia. Dengan kata lain, ketika seseorang menentukan suatu pilihan, ia pada dasarnya harus mempertimbangkan berbagai opsi yang ada untuk memilih mana yang dianggap paling menguntungkan atau paling tepat. Pertimbangan tersebut menjadi dasar dalam menentukan keputusan terbaik (Khafidin, 2020). Pada penelitian (Jauhari et al., 2022), Indikator dari proses keputusan pembelian konsumen dapat dilihat dari ciri- ciri sebagai berikut:

- 1) Pengenalan kebutuhan : yaitu ketika konsumen menyadari adanya ketidaksesuaian antara kondisi yang mereka alami dengan kondisi yang mereka harapkan.
- 2) Pencarian informasi : konsumen mulai mencari informasi yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan tersebut, baik melalui ingatan maupun sumber informasi dari lingkungan sekitar.
- 3) Evaluasi alternatif : konsumen membandingkan berbagai pilihan yang tersedia dan menilai mana yang paling mampu memenuhi kebutuhan mereka
- 4) Pengambilan keputusan membeli : yakni menentukan apakah mereka akan melanjutkan pembelian serta memilih merek atau produk yang dianggap paling sesuai dengan preferensi mereka.
- 5) Perilaku pascapembelian : Setelah produk dibeli, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Tingkat kepuasan tersebut berperan penting dalam membentuk perilaku di masa mendatang, karena konsumen yang puas cenderung memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pembelian ulang.

c. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli

Menurut Fandy Tjiptono pada penelitian (Yolanda, 2022) terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu produk:

1) Faktor Budaya

Faktor budaya terdiri dari tiga bagian yaitu sebagai berikut:

- a. Budaya, diartikan sebagai sekumpulan nilai, persepsi, keinginan, dan perilaku dasar yang dipelajari oleh individu dalam masyarakat, terutama melalui keluarga dan lembaga penting lainnya.
- b. Sub-budaya, merupakan kelompok-kelompok kecil dalam budaya yang memberi ciri dan pola sosialisasi khusus, seperti kelompok etnis, agama, ras, atau wilayah.
- c. Kelas sosial, merupakan pembagian masyarakat yang cukup homogen dan bersifat permanen, kelas sosial bukan hanya mencerminkan tingkat penghasilan, tetapi juga dapat dilihat dari indikator lain, seperti pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal.

2) Faktor Sosial Perilaku individu juga dipengaruhi oleh faktor sosial, yang mencakup:

- a. Kelompok Acuan, adalah kelompok yang memengaruhi sikap dan tindakan seseorang
- b. Keluarga, adalah organisasi pembelian paling penting dalam masyarakat
- c. Peran dan Status, yaitu di mana setiap individu menempati posisi sosial tertentu yang mencerminkan tingkat pengakuan dalam masyarakat.

3) Faktor Pribadi Faktor pribadi melibatkan aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Usia dan Tahap Siklus Hidup, orang-orang yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap berbagai produk
- b. Pekerjaan, pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya.
- c. Keadaan Ekonomi, meliputi pendapatan, tabungan, kemampuan berutang, dan pola belanja

- d. Gaya Hidup, adalah pola hidup yang menggambarkan pola aktivitas, minat, dan opini seseorang sebagai cerminan karakter dan kelas sosialnya.
- 4) Faktor Psikologis Faktor psikologis terdiri dari beberapa elemen yaitu sebagai berikut:
- a. Motivasi, muncul dari kebutuhan biogenik maupun psikogenik yang mendorong tindakan pembelian.
 - b. Persepsi, merupakan proses ketika individu menyaring dan menafsirkan informasi untuk membentuk pemahaman terhadap lingkungan.
 - c. Kepercayaan dan Sikap, memengaruhi cara konsumen menilai suatu produk baik secara positif maupun negative.
 - d. Pengetahuan, yang diperoleh melalui pengalaman juga berperan dalam membentuk perilaku membeli di masa mendatang.

Berdasarkan uraian faktor-faktor diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, meskipun tingkat pengaruhnya bervariasi antarindividu. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut agar strategi pemasaran yang diterapkan lebih tepat sasaran dan efektif.

d. Indikator keputusan Pembelian

Indikator Keputusan Pembelian dalam penelitian ini menggunakan indikator (Maftokah et al., 2023) sebagai berikut:

- 1) Keputusan untuk Membeli : Indikator ini menunjukkan apakah konsumen akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk setelah menimbang aspek seperti kualitas, harga, serta informasi yang mereka peroleh. Keputusan dianggap terjadi ketika konsumen menetapkan satu produk sebagai pilihan utama dibandingkan alternatif lainnya.
- 2) Keputusan Pembelian Ulang : Indikator ini menilai sejauh mana konsumen bersedia melakukan pembelian kembali pada masa

mendatang. Ketersediaan untuk membeli ulang mencerminkan tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap produk, sehingga keputusan pembelian bersifat berkelanjutan.

- 3) Pemilihan Merek/Produk : Indikator ini menggambarkan kecenderungan konsumen memilih satu merek atau produk tertentu dibandingkan pilihan lain. Preferensi tersebut dipengaruhi oleh persepsi konsumen mengenai kualitas, manfaat, serta pengalaman positif dalam penggunaan produk.

B. Kajian Peneliti Terdahulu

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian ini. Kajian riset terdahulu berisikan Sebagian hasil riset yang sudah diteliti orang lain dalam wujud Skripsi, Jurnal, maupun karya tulis ilmiah lainnya yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang sedang diteliti. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Riris Dewi Sulistyani & A'rasy Fahrullah (2024)	Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea di	Variabel X: X1: Sertifikasi Halal X2: Halal Awareness X3: Religiusitas Variabel Y: Keputusan Pembelian	Metode Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa halal awareness dan religiusitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan sertifikasi halal

		Kabupaten Lamongan			tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue.
2	Rudika Harminingtyas & Ria Noviana (2021)	Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal di Semarang	Variabel X X1: Sertifikasi Halal X2: Kesadaran Halal X3: Bahan Makanan Variabel Y Y: Minat Beli	Metode Kuantitatif	Hasil pembahasan menunjukkan bahwa sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan sama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, yang berarti semakin tinggi pemahaman dan keyakinan konsumen terhadap kehalalan produk, semakin tinggi

					pula kecenderungan mereka untuk membeli produk makanan halal di Semarang.
3	Dwi Putri Pratiwi & Adrial Falahi (2023)	Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa	Variabel X X1: Sertifikasi Halal X2: Kesadaran Halal Variabel Y Y: Keputusan Pembelian	Metode Kuantitatif	Sertifikasi halal dan kesadaran halal berpengaruh positif signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah
4	Syayyidati Farichah & Ach. Yasin (2024)	Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen	Variabel X X1: Sertifikasi Halal X2 : Halal Awareness X3 :	Metode Kuantitatif	Pembahasan penelitian menegaskan bahwa sertifikasi halal, halal awareness, dan brand image secara

		Muslim dalam Membeli Kosmetik di Surabaya	Halal Awareness Variabel Y Y: Keputusan Konsumen		signifikan meningkatkan keputusan konsumen Muslim dalam membeli kosmetik, karena konsumen lebih mempercayai produk yang jelas kehalalannya serta memiliki citra merek yang positif dan aman digunakan.
5	Adinda Choirul Ummah, Moh. Bahrudin, Syamsul Hilal (2023)	Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan	Variabel X X1: Sertifikasi Halal X2: Kesadaran Halal Variabel Y Y: Minat Beli	Metode Kuantitatif asosiatif	Hasil pembahasan menjelaskan bahwa sertifikasi halal dan kesadaran halal secara signifikan mendorong meningkatnya minat beli konsumen, karena

					konsumen lebih yakin bahwa produk yang memiliki sertifikat halal aman, sesuai syariat, dan memenuhi standar kebersihan serta kualitas.
--	--	--	--	--	--

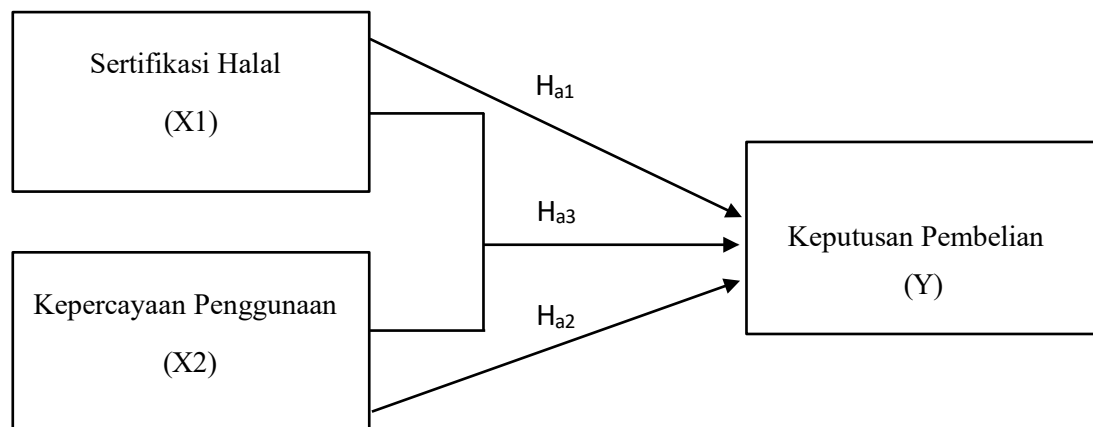
Judul penelitian **“Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea di Kabupaten Lamongan”**, **“Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal di Semarang”**, serta **“Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah”** memiliki relevansi yang kuat dengan penelitian ini karena sama-sama membahas pengaruh sertifikasi halal terhadap minat maupun keputusan pembelian produk makanan dan kosmetik. Ketiga penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel terkait perilaku konsumen Muslim dalam memilih produk halal.

Kesamaan utama penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus variabel sertifikasi halal yang dianggap sebagai faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Temuan (Noviana;, 2021) serta (Falahi, 2023) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat maupun keputusan pembelian. Sebaliknya, penelitian (Sulistiyani & Fahrullah, 2024) menemukan bahwa sertifikasi halal tidak memberikan pengaruh signifikan, yang kemungkinan berkaitan dengan tingkat literasi halal atau karakteristik responden dalam penelitian tersebut.

Perbedaan ketiga penelitian tersebut terlihat dari variasi variabel tambahan yang digunakan. (Noviana;, 2021) memasukkan variabel bahan makanan, (Falahi, 2023) menambahkan aspek kesadaran halal, sedangkan (Sulistiyani & Fahrullah, 2024) menggabungkan halal awareness dan religiusitas. Penelitian ini berbeda karena memadukan sertifikasi halal dengan variabel kepercayaan penggunaan produk, sehingga memberikan sudut pandang baru mengenai bagaimana keyakinan konsumen terhadap keamanan, kualitas, dan kehalalan produk memengaruhi keputusan pembelian makanan di kalangan mahasiswa UMSU.

C. Kerangka Penelitian

Berdasarkan dari uraian dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan dugaan atau jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang dirumuskan sebelumnya, dan kebenarannya perlu

dibuktikan melalui analisis data yang diperoleh (Usman & Akbar, 2020). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- 1) H_{a1} : Sertifikasi Halal berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.
 H_{o1} : Sertifikasi Halal tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.

- 2) H_{a2} : Kepercayaan Penggunaan Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.
 H_{o2} : Kepercayaan Penggunaan Produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.

- 3) H_{o3} : Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.
 H_{a3} : Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur serta menganalisis data secara statistik, sehingga dapat menghasilkan temuan yang objektif dan terukur (A. R. M. S. Jailani, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menguji keterkaitan antarvariabel dengan menggunakan berbagai teknik analisis statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur dan menganalisis data secara objektif guna menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Dalam pendekatan ini, data dikumpulkan melalui instrumen terstandarisasi, seperti kuesioner, yang dirancang mengukur tingkat persepsi mahasiswa UMSU terkait sertifikasi halal, tingkat kepercayaan mereka dalam menggunakan produk makanan, serta keputusan pembelian yang mereka lakukan. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap Keputusan Pembelian. Variabel yang diteliti ada 3 yaitu Variabel Bebas 1 (X1) Sertifikasi Halal, Variabel Bebas 2 (X2) Kepercayaan Penggunaan Produk sedangkan variabel terikat (Y) yaitu keputusan Pembelian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kampus utama Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang terletak di jalan Kapt. Mukhtar Basri, Kel. Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Sumatera Utara.

2. Waktu penelitian

Waktu Penelitian di jadwalkan selama 4 bulan, dimulai dari bulan November 2025 s/d Februari 2026 yang mencakup tahap pengumpulan data melalui survei, pengolahan data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian.

Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	Bulan/Minggu															
		November 2025				Desember 2025				Januari 2026				Februari 2026			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																
2	Penyusunan Proposal																
3	Bimbingan Proposal																
4	Seminar Proposal																
5	Pengumpulan Data																
6	Bimbingan Skripsi																
7	Sidang Skripsi																

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus pengamatan dalam suatu penelitian (M. S. Jailani & Jeka, 2023). Populasi dalam penelitian berjumlah 17.200 mahasiswa yang aktif di kampus utama Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang terletak di jalan Kapt. Mukhtar Basri, Kec. Medan Timur, Sumatera Utara.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian elemen dalam populasi yang dipilih karena memiliki karakteristik sesuai dengan kebutuhan penelitian dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi tersebut (Amalia, 2023). Dengan kata lain, sampel adalah sekelompok individu yang diambil dari populasi sebagai representasi untuk keperluan penelitian.

3. Teknik Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode probability sampling dengan teknik simple random sampling. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini

menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%. Adapun perhitungan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

Rumus:

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

$$n = \frac{17.200}{1 + 17.200 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{17.200}{1 + 17.200 \times 0,01}$$

$$n = \frac{17.200}{173}$$

$$n = 99,42$$

Keterangan

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Margin of Error 10%

Setelah mendapatkan perhitungan rumus yang telah didapatkan adalah 99,42 maka dibulatkan menjadi 100 orang mahasiswa/responden.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah aspek atau komponen yang dijadikan pusat perhatian dalam proses penelitian (Cahyadi, 2022). Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel Independen dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel

independen dalam penelitian ini ada 2 yaitu Sertifikasi Halal (X1) dan Kepercayaan Penggunaan Produk (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen terdiri dari variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Definisi operasional variabel bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel dari suatu faktor berkaitan dengan faktor lainnya. Dari penelitian ini diambil definisi operasionalnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas 1 Sertifikasi Halal (X1)

Sertifikasi halal dalam penelitian ini didefinisikan sebagai bentuk pengesahan resmi dari lembaga yang berwenang, yang menyatakan bahwa suatu produk makanan telah memenuhi persyaratan syariat Islam, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga penanganan akhir produk. Sertifikasi tersebut memberikan jaminan bagi konsumen bahwa produk aman dikonsumsi, sesuai dengan standar kehalalan, dan terbebas dari unsur yang dilarang.

2. Variabel Bebas 2 Kepercayaan Penggunaan Produk (X2)

Kepercayaan penggunaan produk dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat keyakinan konsumen terhadap aspek keamanan, mutu, serta integritas produsen dalam menyediakan produk makanan sesuai standar dan harapan yang dijanjikan. Kepercayaan tersebut terbentuk melalui pengalaman konsumsi sebelumnya, persepsi terhadap kualitas produk, jaminan keamanan pangan, serta reputasi produsen maupun merek.

3. Variabel Terikat Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian dalam penelitian ini merujuk pada proses penilaian dan pemilihan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk makanan. Proses tersebut mencakup tahap

pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, penentuan pilihan, hingga penilaian pascapembelian. Keputusan pembelian mahasiswa UMSU dipengaruhi oleh persepsi terhadap sertifikasi halal serta tingkat kepercayaan pada produk. Semakin besar keyakinan mahasiswa bahwa produk tersebut halal dan dapat dipercaya, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk memilih produk makanan tersebut. Dengan demikian, keputusan pembelian dalam penelitian ini mencerminkan preferensi konsumen terhadap produk yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan prinsip kehalalan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah untuk mengumpulkan data yang terkait dalam penelitian.

1. Studi Pustaka

Penelitian studi pustaka merupakan metode penelitian yang mengintegrasikan berbagai sumber literatur untuk menyusun suatu konsep atau kerangka pemikiran yang komprehensif, berdasarkan gagasan dan temuan dari penelitian-penelitian terdahulu (Faiz et al., 2022). Sumber yang digunakan meliputi buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel, serta dokumen resmi yang mendukung pembahasan variabel penelitian.

2. Kuisisioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data di mana responden diminta mengisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang disusun peneliti. Metode ini dilakukan dengan menyampaikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi sesuai tujuan penelitian (Syarifuddin, 2021).

Tabel 3.1 Tabel Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 3.2 Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Sertifikasi Halal (X1) (Rahmawati, 2021)	1. Pengetahuan tentang Sertifikasi Halal 2. Jaminan Kehalalan Produk melalui Sertifikasi Halal 3. Pengaruh Label Halal terhadap Pemilihan Produk
Kepercayaan Penggunaan Produk (X2) (Nursyapa, 2025)	1. Keyakinan terhadap Keamanan Produk 2. Persepsi terhadap Kejujuran Produsen 3. Kepercayaan pada Kualitas Produk
Keputusan Pembelian (Y) (Maftokah et al., 2023)	1. Keputusan untuk Membeli 2. Keputusan Pembelian Ulang 3. Pemilihan Merk/Produk

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data sekaligus mengukur variabel yang diteliti (Muslihin et al., 2022). Instrumen ini berfungsi memastikan bahwa data yang diperoleh akurat, relevan, serta sesuai

dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen umumnya berupa kuesioner, lembar observasi, atau skala pengukuran tertentu yang telah disusun berdasarkan indikator variabel. Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel. Instrumen tersebut digunakan untuk melakukan pengukuran secara sistematis sehingga diperoleh data kuantitatif yang relevan dengan tujuan penelitian.

G. Uji Prasyarat

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila setiap pertanyaannya dapat merepresentasikan dan mengungkapkan variabel yang menjadi fokus pengukuran. Untuk menguji validitas dapat dilakukan dengan cara dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan hasil perhitungan r_{tabel} . Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dikatakan valid. Uji validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang dapat memberikan hasil pengukuran yang stabil apabila digunakan secara berulang. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Adapun kriteria yang digunakan untuk menilai reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut:

- 1) Cronbach's Alpha $> 0,60$, berarti instrumen dinyatakan reliabel atau layak untuk digunakan dalam penelitian.

- 2) Cronbach's Alpha $< 0,60$, berarti instrumen dinyatakan tidak reliabel, sehingga perlu dilakukan perbaikan terhadap item-item pernyataan yang tidak memenuhi standar.

2. Uji Asumsi Klasik

Persyaratan statistik yang harus dipenuhi apabila analisis regresi linear berganda. Adapun uji asumsi klasik terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Uji ini dilakukan menggunakan Kolmogorov–Smirnov atau Shapiro–Wilk pada SPSS. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$. Normalitas residual penting untuk memastikan bahwa model regresi dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang valid.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas dalam model regresi linear berganda. Multikolinearitas yang tinggi dapat mengganggu kestabilan koefisien regresi karena variabel bebas saling memengaruhi secara signifikan. Deteksi multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika Tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan metode Glejser atau melalui Scatterplot antara nilai prediksi dan residual. Data dikatakan bebas heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$ pada uji Glejser, atau apabila titik–titik pada scatterplot menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS Versi 2022, yang membantu peneliti dalam mengolah data kuantitatif yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan tanggapan terhadap variabel penelitian, yaitu Sertifikasi Halal (X1), Kepercayaan Penggunaan Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y). Analisis dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum, serta distribusi frekuensi setiap indikator. Hasil uji deskriptif membantu mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam penelitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis sejauh mana X1 dan X2 berpengaruh terhadap Y. Model regresi linear berganda digunakan karena variabel bebas yang diteliti lebih dari satu, sehingga analisis regresi sederhana tidak lagi memadai. Metode ini juga memungkinkan peneliti menilai kontribusi masing-masing variabel bebas secara terpisah maupun secara bersama-sama dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan bagian dari statistika inferensial yang digunakan untuk menilai kebenaran suatu pernyataan secara statistik, sehingga dapat ditentukan apakah pernyataan tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang diperoleh (Athoillah, 2021). Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian dapat diterima atau ditolak. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sebagai berikut:

a. Uji Parsial ttest Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai t hitung dan t tabel serta nilai signifikansi (Sig.). Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika $\text{Sig} < 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $\text{Sig} > 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan ftest (Uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini penting untuk melihat apakah model regresi yang dibangun layak digunakan. Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Koefisien Determinasi dengan R Square (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R-Square menunjukkan seberapa besar persentase perubahan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen secara simultan. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar pengaruh variabel Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap Keputusan Pembelian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Kewajiban mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dalam upaya tersebut, Persyarikatan Muhammadiyah hadir sebagai gerakan tajdid (pemurnian, pembaharuan, dan modernisasi) yang didirikan pada 8 Dzulhijjah 1330 Hijriyah bertepatan dengan 18 November 1912 Miladiyah. Muhammadiyah didirikan untuk menegakkan dan menjunjung tinggi ajaran Islam serta mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya, salah satunya melalui pengembangan amal usaha di bidang pendidikan

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) merupakan salah satu amal usaha Muhammadiyah yang berasaskan Islam dan bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah. UMSU didirikan di Medan pada tanggal 27 Februari 1957 atas prakarsa tokoh-tokoh Muhammadiyah, di antaranya H. M. Bustami Ibrahim, D. Diyar Karim, dan Dr. Darwis Datuk Batu Besar. Cikal bakal UMSU bermula dari Fakultas Falsafah dan Hukum Islam Muhammadiyah (FAFHIM) yang kemudian berkembang menjadi Perguruan Tinggi Muhammadiyah Sumatera Utara pada tahun 1968.

UMSU secara resmi dikukuhkan melalui Piagam Pendirian oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah Majelis Pendidikan dan Pengajaran pada tanggal 28 Mei 1974. Pada awal berdirinya, UMSU mengelola tiga fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Agama Jurusan Dakwah, dan Fakultas Syariah. Seiring perkembangan waktu, UMSU mengalami pertumbuhan pesat dan saat ini memiliki delapan fakultas serta program Pascasarjana dengan berbagai program studi magister.

Dalam perkembangannya, UMSU juga melakukan pengembangan sarana dan prasarana kampus, termasuk pembangunan kampus utama dan gedung

Pascasarjana. Di bawah kepemimpinan Rektor Dr. Agussani, M.AP, UMSU mengalami transformasi signifikan dalam tata kelola akademik, penguatan sistem informasi, pengembangan kampus terpadu, serta peningkatan kerja sama internasional. Puncak capaian UMSU ditandai dengan diraihnya akreditasi A dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) pada tahun 2019, menjadikan UMSU sebagai perguruan tinggi swasta pertama di Pulau Sumatera yang meraih peringkat tersebut. pada tahun 2022 Meraih Akreditasi Unggul prestasi ini merupakan hasil kerja keras seluruh civitas akademika dalam mewujudkan visi UMSU sebagai universitas berkelas internasional.

2. Visi Misi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

a. Visi

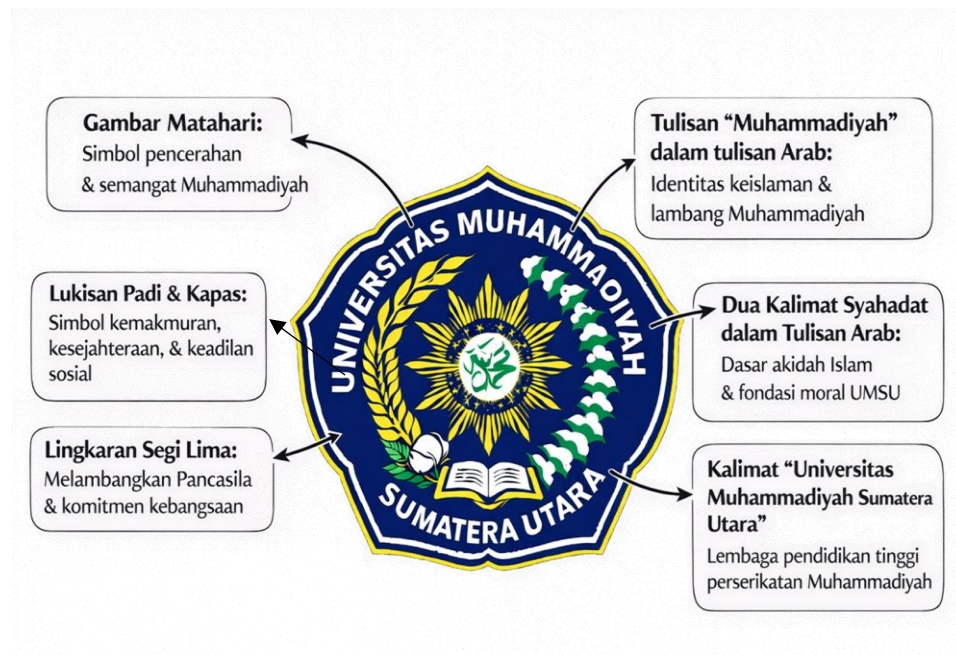
Menjadi Perguruan Tinggi yang unggul dalam membangun peradaban bangsa dengan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan Sumber Daya manusia berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah

b. Misi

Untuk mewujudkan visinya, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara memiliki misi sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.
- 2) Menyelenggarakan penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.
- 3) Melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan dan pengembangan kehidupan masyarakat berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.

3. Logo Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara



Gambar 4.1 Logo Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Arti lengkap dan lambang sebagaimana tersebut di atas adalah :

- Matahari : Benda angkasa luar ciptaan Allah SWT, sinarnya sangat berguna bagi kehidupan semua makhluk-Nya. Persyarikatan Muhammadiyah menggambarkan gerak dan manfaatnya bagaikan matahari dengan sinarnya yang selalu memberikan manfaat bagi hidup dan kehidupan manusia.
- Perkataan "Muhammadiyah" dalam tulisan Arab adalah nama Persyarikatan Muhammadiyah.
- Dua Kalimat Syahadat dalam tulisan Arab : bermakna penyaksian bahwa sesungguhnya tidak ada Tuhan kecuali Allah SWT dan bahwa sesungguhnya Nabi Muhammad SAW adalah utusan Allah. Keyakinan ini merupakan aqidah yang paling hakiki bagi setiap muslim. Dengan demikian Persyarikatan Muhammadiyah menyeru kepada ummat manusia agar dengan sadar memeluk agama Islam dan menjadi penolong serta penegak Islam.

- d. Lukisan Padi dan Kapas : terdiri dari 19 dan 12 tangkai, gabungan keduanya menunjukkan tahun berdirinya Persyarikatan Muhammadiyah di Indonesia yang juga berarti lambang kemakmuran dan kesejahteraan yang menjadi cita-cita bangsa Indonesia.
- e. Kalimat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara : lembaga pendidikan tinggi dalam Persyarikatan Muhammadiyah yang berkedudukan di Sumatera Utara.
- f. Lingkaran segi lima : simbol dalam Falsafah Pancasila.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden bertujuan memberikan gambaran umum profil responden dalam penelitian ini. Responden berjumlah 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang dipilih sebagai sampel, dengan karakteristik meliputi jenis kelamin, usia, fakultas, dan angkatan yang relevan dengan penelitian pengaruh sertifikasi halal dan kepercayaan penggunaan produk terhadap keputusan pembelian produk makanan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	46	46%
2	Perempuan	54	54%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 54 responden (54%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 46 responden (46%). Meskipun demikian, perbedaan jumlah tersebut tidak terlalu signifikan sehingga data yang diperoleh tetap dapat mewakili kedua jenis kelamin secara proporsional.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, karakteristik responden berdasarkan usia dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	18-21 Tahun	64	64%
2	22-25 Tahun	36	36%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas mayoritas responden berada pada rentang usia 18–21 tahun yaitu sebanyak 67 responden (64%), sedangkan responden dengan usia 22–25 tahun berjumlah 33 responden (36%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa usia aktif yang memiliki intensitas konsumsi produk makanan cukup tinggi.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, karakteristik responden berdasarkan fakultas dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Jumlah	Persentase
1	Fakultas Agama Islam	16	16%
2	Fakultas Hukum	12	12%
3	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	12	12%
4	Fakultas Pertanian	12	12%
5	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	12	12%
6	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	12	12%
7	Fakultas Teknik	12	12%
8	Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi	12	12%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang berasal dari delapan fakultas. Fakultas Agama Islam memiliki responden terbanyak yaitu 16 orang (16%), sedangkan tujuh fakultas lainnya masing-masing berjumlah 12 orang (12%). Perbedaan ini disebabkan oleh

pembagian sampel yang dilakukan secara merata pada delapan fakultas, dengan sisa alokasi diberikan kepada Fakultas Agama Islam.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Karakteristik responden berdasarkan angkatan digunakan untuk mengetahui tahun masuk responden sebagai mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Angkatan

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	2021	2	2%
2	2022	27	27%
3	2023	18	18%
4	2024	48	48%
5	2025	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa responden didominasi oleh angkatan 2024 dengan jumlah 48 orang (48%). Selanjutnya angkatan 2022 sebanyak 27 orang (27%), angkatan 2023 sebanyak 18 orang (18%), angkatan 2025 sebanyak 5 orang (5%), dan angkatan 2021 sebanyak 2 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari angkatan 2024.

5. Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Penelitian

Pada bagian ini hasil jawaban responden akan di jabarkan, variabel independent Sertifikasi Halal (X1) terdiri dari 6 item pernyataan, Kepercayaan Penggunaan Produk (X2) terdiri dari 6 item pernyataan, dan variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) terdiri dari 6 item pernyataan.

Tabel 4.5 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Sertifikasi Halal

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Soal 1	0	0	7	42	51
2	Soal 2	0	0	6	39	55
3	Soal 3	0	0	8	44	48
4	Soal 4	0	0	6	41	53

5	Soal 5	0	0	9	38	53
6	Soal 6	0	1	7	40	52
	Jumlah	0	1	43	244	312

Sumber: Data diolah, 2026

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 100 responden dengan 6 soal pernyataan dan total 600 tanggapan, mayoritas responden memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan jumlah 312 jawaban, Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden Sangat Setuju (SS) terhadap variabel Sertifikasi Halal (X1).

Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Penggunaan Produk

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Soal 1	1	2	18	52	27
2	Soal 2	1	3	20	49	27
3	Soal 3	1	2	19	51	27
4	Soal 4	0	4	17	54	25
5	Soal 5	0	3	16	53	28
6	Soal 6	0	2	15	50	33
	Jumlah	3	16	105	309	167

Sumber: Data diolah, 2026

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 100 responden dengan 6 soal pernyataan dan total 600 tanggapan, kebanyakan responden memberikan tanggapan Setuju (S) dengan jumlah 309 jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa responden Setuju (S) terhadap variabel Kepercayaan Penggunaan Produk (X2).

Tabel 4.7 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Soal 1	0	0	6	43	51
2	Soal 2	0	0	7	45	48
3	Soal 3	0	1	8	44	47
4	Soal 4	0	1	6	46	47
5	Soal 5	0	0	5	42	53
6	Soal 6	0	0	4	40	56
	Jumlah	0	2	36	260	302

Sumber: Data diolah, 2026

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 100 responden dengan 6 soal pernyataan dan total 600 tanggapan, mayoritas responden memberikan tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan jumlah 302 jawaban. Dalam hal ini

menunjukkan bahwa responden Sangat Setuju (SS) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

C. Hasil Penelitian

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data kuesioner yang telah disebarkan kepada responden penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan dari 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai sampel penelitian.

Seluruh data yang telah terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25, sesuai dengan teknik analisis data yang telah ditetapkan pada Bab III. Hasil penelitian ini disajikan secara sistematis yang meliputi deskripsi karakteristik responden, uji asumsi klasik, uji kualitas data, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis, guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

1. Uji Prasyarat

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat.

Tabel 4.8 Uji Validitas Sertifikasi Halal (X1)

No	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,745	0,196	Valid
2	0,635	0,196	Valid
3	0,753	0,196	Valid
4	0,629	0,196	Valid
5	0,794	0,196	Valid
6	0,565	0,196	Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 26 2026

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh indikator variabel Islamic Branding, yaitu X1.1 sampai dengan X1.6, memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel

sebesar 0,196. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel Islamic Branding dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian

Tabel 4.9 Uji Validitas Kepercayaan Penggunaan Produk

No	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
1	0,745	0,196	Valid
2	0,635	0,196	Valid
3	0,753	0,196	Valid
4	0,629	0,196	Valid
5	0,794	0,196	Valid
6	0,565	0,196	Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 26 2026

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, diketahui bahwa seluruh item pernyataan variabel X1 memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada nilai r-tabel sebesar 0,196. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Tabel 4.10 Uji Validitas Keputusan Pembelian

No	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
1	0,802	0,196	Valid
2	0,845	0,196	Valid
3	0,797	0,196	Valid
4	0,841	0,196	Valid
5	0,831	0,196	Valid
6	0,778	0,196	Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 26 2026

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel tersebut, diketahui bahwa seluruh item pernyataan variabel Y memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada nilai r-tabel sebesar 0,196. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel, di mana instrumen dikatakan reliabel jika menghasilkan data yang konsisten pada pengukuran berulang dalam kondisi yang sama.

Tabel 4.11 Uji Reabilitas Sertifikasi Halal

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	6

Sumber: Data diolah, SPSS 26 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel Reliability Statistics, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,774 dengan jumlah item sebanyak 6 pernyataan. Nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian untuk tahap analisis selanjutnya.

Tabel 4.12 Uji Reabilitas Kepercayaan Penggunaan Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	6

Sumber: Data diolah, SPSS 26 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel Reliability Statistics, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,907 dengan jumlah item sebanyak 6. Nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.13 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	6

Sumber: Data diolah, SPSS 26 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel Reliability Statistics, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,899 dengan jumlah item sebanyak 6. Nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov–Smirnov Test terhadap unstandardized residual, dengan bantuan program SPSS versi 25.

Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.14414357
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.039
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah, SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov–Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi, sehingga data penelitian layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda serta pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 untuk seluruh variabel independen.

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Sertifikasi Halal	.621	1.611
Kepercayaan Penggunaan Produk	.621	1.611

Sumber: Data diolah, SPSS 26, 2026

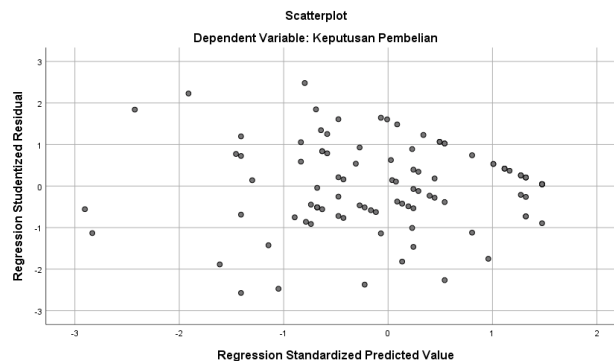
Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Sertifikasi Halal (X1) dan Kepercayaan Penggunaan Produk (X2), memiliki nilai Tolerance sebesar 0,621 ($> 0,10$) dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,611 (< 10). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian tidak memiliki masalah multikolinearitas

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan analisis grafik. Model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila titik-titik

data menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y.

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas



Sumber: Data diolah, SPSS 26, 2026

Berdasarkan grafik Scatterplot uji heteroskedastisitas di atas, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, baik pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Teknik Analisis Data

a. Uji Statistik deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum (min), dan nilai maksimum (max). Hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sertifikasi Halal	100	18.00	30.00	27.0100	2.56430
Kepercayaan Penggunaan Produk	100	11.00	30.00	24.4300	3.79594
Keputusan Pembelian	100	18.00	30.00	26.6100	3.09739
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah, SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel di atas, maka dapat digambarkan distribusi data yang diperoleh oleh peneliti sebagai berikut:

- 1) Variabel Sertifikasi Halal (X1) : Berdasarkan data yang diperoleh, variabel Sertifikasi Halal memiliki nilai minimum sebesar 18 dan nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 27,01. Nilai standar deviasi pada variabel ini adalah sebesar 2,56. Standar deviasi yang relatif rendah menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap Sertifikasi Halal cenderung homogen. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi yang hampir sama dan cenderung positif terhadap keberadaan sertifikasi halal pada produk yang digunakan.
- 2) Variabel Kepercayaan Penggunaan Produk (X2) : Variabel Kepercayaan Penggunaan Produk memiliki nilai minimum sebesar 11 dan nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata sebesar 24,43. Standar deviasi yang diperoleh adalah sebesar 3,80. Nilai standar deviasi ini menunjukkan adanya variasi tanggapan responden yang cukup beragam. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan responden dalam menggunakan produk halal berbeda-beda, dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, maupun keyakinan masing-masing responden. Variabel Keputusan Pembelian (Y)
- 3) Pada variabel Keputusan Pembelian, nilai minimum yang diperoleh adalah sebesar 18 dan nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata sebesar 26,61. Standar deviasi pada variabel ini sebesar 3,10. Nilai tersebut menunjukkan adanya keragaman tanggapan responden dalam melakukan keputusan pembelian, meskipun secara umum responden

memiliki kecenderungan keputusan pembelian yang cukup tinggi terhadap produk yang diteliti.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata ketiga variabel berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki persepsi positif terhadap Sertifikasi Halal, tingkat Kepercayaan Penggunaan Produk, serta Keputusan Pembelian. Namun demikian, adanya nilai standar deviasi pada masing-masing variabel mengindikasikan bahwa masih terdapat perbedaan tanggapan antar responden, yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor individu seperti preferensi, pengalaman, dan tingkat pemahaman terhadap produk halal.

b. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Sertifikasi Halal (X1) dan Kepercayaan Penggunaan Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan melihat nilai koefisien regresi, nilai t hitung, dan tingkat signifikansi.

Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	5.834	2.303		2.533
	Sertifikasi Halal	.455	.108	.377	4.220
	Kepercayaan Penggunaan	.348	.073	.426	4.774
					Sig.

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, SPSS 26, 2026

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai: Konstanta regresi (a) = 5,834 Koefisien regresi variabel Sertifikasi Halal (X1) $\rightarrow b_1 = 0,455$ Koefisien regresi variabel Kepercayaan Penggunaan Produk (X2) $\rightarrow b_2 = 0,348$. Berdasarkan hasil pengolahan data yang terlihat pada tabel Coefficients, kolom Unstandardized Coefficients bagian B, maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y=5,834+0,455X_1+0,348X_2$$

Interpretasi Model

1) Nilai Konstanta (a)

Diperoleh nilai konstanta sebesar 5,834, yang berarti bahwa apabila variabel Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk dianggap konstan atau bernilai nol, maka Keputusan Pembelian mahasiswa UMSU tetap memiliki nilai sebesar 5,834. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain di luar variabel penelitian yang turut memengaruhi keputusan pembelian.

2) Sertifikasi Halal (X1)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh koefisien regresi variabel Sertifikasi Halal (X1) sebesar 0,455. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan Sertifikasi Halal sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,455, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

3) Kepercayaan Penggunaan Produk (X2)

Variabel Kepercayaan Penggunaan Produk (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,348. Artinya, jika variabel independen lainnya dianggap tetap dan Kepercayaan Penggunaan Produk mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,348. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian.

Hasil regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian.

c. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial t_{test} (Uji t)

Uji parsial t_{test} (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.834	2.303		2.533	.013
	Sertifikasi Halal	.455	.108	.377	4.220	.000
	Kepercayaan Penggunaan Produk	.348	.073	.426	4.774	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, SPSS 26, 2026

Berdasarkan hasil uji t pada tabel Coefficients, diperoleh hasil sebagai berikut:

a) Sertifikasi Halal (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,220, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,220 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b) Kepercayaan Penggunaan Produk (X2)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,774, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,774 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Penggunaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima.

2) Uji Simultan f_{test} (Uji f)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh Sertifikasi Halal (X1) dan Kepercayaan Penggunaan Produk (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	494.652	2	247.326	52.711	.000 ^b
	Residual	455.138	97	4.692		
	Total	949.790	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Penggunaan Produk, Sertifikasi Halal

Sumber: Data diolah, SPSS 26, 2026

F_{hitung} sebesar 52,711 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{hitung} tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan (df) pembilang = 2 dan df penyebut = 97. Berdasarkan tabel distribusi F, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar $\pm 3,09$. Dengan demikian, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $52,711 > 3,09$, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa H_3 diterima, yang berarti Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU.

d. Uji Koefisien Determinasi dengan R Square (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi Sertifikasi Halal (X_1) dan Kepercayaan Penggunaan Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (Uji f)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.521	.511	2.166

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Penggunaan Produk, Sertifikasi Halal

Sumber: Data diolah, SPSS 26, 2026

Berdasarkan tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,521. Hal ini menunjukkan bahwa 52,1% variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk, sedangkan 47,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,511 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 51,1%, yang menandakan bahwa model regresi yang digunakan tergolong baik. Sementara itu, nilai R sebesar 0,722 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun nilai Standard Error of the Estimate sebesar 2,166 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model regresi terhadap Keputusan Pembelian.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan di Kalangan Mahasiswa UMSU, baik secara parsial maupun secara simultan. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan regresi linear berganda, maka pembahasan hasil penelitian dapat dijelaskan sebagai

1. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian

Sertifikasi Halal (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil uji secara parsial yang menunjukkan nilai t hitung $> t$ tabel, yaitu $4,220 > 1,984$, serta nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis 1 (H_1) dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki peranan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa UMSU. Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk makanan telah memenuhi ketentuan syariat Islam, baik dari segi bahan baku, proses produksi, hingga

distribusi. Hal ini menumbuhkan rasa aman dan keyakinan bagi mahasiswa sebagai konsumen Muslim dalam memilih produk makanan yang akan dikonsumsi.

Selain itu, mahasiswa UMSU cenderung lebih selektif dalam memilih produk makanan yang telah memiliki sertifikat halal resmi, karena dianggap lebih terpercaya dan aman. Keberadaan sertifikasi halal juga mengurangi keraguan konsumen terhadap kehalalan produk, sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kepercayaan Penggunaan Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial yang menunjukkan nilai t hitung $> t$ tabel, yaitu $4,774 > 1,984$, serta nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Penggunaan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis 2 (H_2) dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong keputusan pembelian. Kepercayaan penggunaan produk mencerminkan keyakinan mahasiswa bahwa produk makanan yang dikonsumsi aman, berkualitas, dan sesuai dengan harapan mereka. Semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap suatu produk, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian.

Selain itu, kepercayaan penggunaan produk juga dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, rekomendasi dari orang lain, serta reputasi produk di lingkungan mahasiswa. Faktor-faktor tersebut memperkuat keyakinan konsumen dan mendorong keputusan pembelian secara berkelanjutan.

3. Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji secara simultan mengenai pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap Keputusan Pembelian, diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel, yaitu $52,711 > 3,09$, serta nilai signifikansi $<$

0,05, yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis 3 (H_3) dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi antara jaminan kehalalan produk dan tingkat kepercayaan terhadap produk tersebut. Sertifikasi halal memberikan rasa aman secara religius, sementara kepercayaan penggunaan produk memperkuat keyakinan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk makanan.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,511 menunjukkan bahwa 51,1% variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk, sedangkan 48,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal ini menandakan bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa UMSU

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan di Kalangan Mahasiswa UMSU, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sertifikasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Dengan demikian, keberadaan sertifikasi halal pada produk makanan mampu meningkatkan rasa aman dan keyakinan mahasiswa dalam mengambil keputusan pembelian.
2. Kepercayaan Penggunaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap suatu produk makanan, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian. Kepercayaan ini berkaitan dengan keyakinan akan kualitas, keamanan, dan keandalan produk.
3. Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk makanan di kalangan mahasiswa UMSU. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji simultan (uji F) yang menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memengaruhi keputusan pembelian.
4. Berdasarkan nilai Adjusted R Square, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha Produk Makanan

Diharapkan pelaku usaha dapat memperhatikan dan mempertahankan sertifikasi halal pada produk yang dipasarkan, karena sertifikasi halal terbukti mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen, khususnya mahasiswa. Selain itu, pelaku usaha juga perlu membangun dan menjaga kepercayaan konsumen melalui peningkatan kualitas produk, keamanan pangan, serta transparansi informasi produk.

2. Bagi Mahasiswa UMSU sebagai Konsumen

Mahasiswa diharapkan dapat lebih selektif dan cermat dalam memilih produk makanan yang akan dikonsumsi dengan memperhatikan aspek kehalalan serta tingkat kepercayaan terhadap produk tersebut, sehingga keputusan pembelian yang diambil tidak hanya berdasarkan harga atau tren semata, tetapi juga mempertimbangkan keamanan dan nilai religius.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, kualitas produk, citra merek, promosi, atau gaya hidup. Selain itu, penelitian dapat dilakukan dengan cakupan responden yang lebih luas agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanto, H., & Subakti, A. G. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Restoran Casa de Peri , Jakarta Selatan)*. 6(1), 51–60.
- Afandi, A. L. H. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswa di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*. 6, 336–347.
- Amalia, E. S. sinurat; A. (2023). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW PADA TOKO MS GLOW KENDY*. 3(4), 1130–1142.
- Amsari, W. P. D. S. (2023). *PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, KEPERCAYAAN, DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BPRS PUDUARTA INSANI*. VIII(ii), 175–187.
- Athoillah, G. A. A. I. M. (2021). *PELATIHAN PENGUJIAN HIPOTESIS STATISTIKA DASAR DENGAN SOFTWARE R*. 03(02), 327–334.
- Cahyadi. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang*. 1.
- Faiz, A., Hambali, D. S., & Kurniawaty, I. (2022). *Tinjauan Studi Pustaka Tahapan Domain Afektif untuk Mengukur Karakter Siswa*. 6(4), 5508–5515.
- Falahi, D. P. P. ; A. (2023). *Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa*. 1, 1–13.
- Fitri, Z. E., Jumiono, A., Riau, K., Pangan, T., Pascasarjana, S., & Djuanda, U. (2021). *Sertifikasi halal produk olahan pangan*. 3, 1–7.
- Hasni, I. S. A. H. (2025). *Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Konsumen AHA Food di Kota Watampone)*. 01(02), 136–148.
- Hendrayati, R. Y. I. H. (2024). *BRAND TRUST DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN : SEBUAH SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW TERHADAP*. 3(2), 328–339.
- Jailani, A. R. M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. 1, 1–9.
- Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. 7, 26320–26332.
- Jauhari, I., Kurnia, D., Manajemen, E., & Gunadarma, U. (2022). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION SECARA ONLINE MELALUI APLIKASI E-COMMERCE PADA GENERASI*

MILENIAL DI JAKARTA. 1(2), 9–19.

- Khafidin. (2020). *Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian.* 1–15.
- Khairul Anshor Nst, S. N. (2022). *PENGARUH ATRIBUT KEMASAN DAN KUALITAS PRODUK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.* 50–63.
- Lailiya, N. (2020). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA.* 2(2), 113–126.
- Maftokah, S. I., Lestari, S., & Wulandari, D. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.* 7(2012), 18062–18070.
- Muslihah, H. Y., Loita, A., & Nurjanah, D. S. (2022). *Instrumen Penelitian Tindakan Kelas untuk Peningkatan Motorik Halus Anak.* 6(1), 99–106.
- Noviana;, R. H. R. (2021). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal di Semarang.* 8(2), 103–112.
- Nursyapa, I. (2025). *Peran Sertifikasi Halal dalam Membangun Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas pada Supply Chain Produk Halal.* 3(2), 389–396.
- Putri, H. A. (2022). *PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.*
- Qotimah, S. (2025). *Pengaruh Sertifikasi Halal , Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi.* 03, 11–21.
- Rahmawati, A. J. ;Siti I. (2021). *Kriteria sertifikasi halal barang gunaan di indonesia.* 10–16.
- Ramadiansyah, Pratiwi, P. (2025). *DAMPAK SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE FOOD.* 5(2), 2083–2096.
- Rismanda, R., & Elsandra, Y. (2025). *Pengaruh Media Sosial Dan Inovasi Produk Sebagai Alat Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Usaha , Mikro , Kecil Dan Menengah (UMKM) Jajanan Hitz Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi.* 01(03), 626–634.
- Sari, D. P. (2021). *PEMBELIAN , KUALITAS PRODUK , HARGA KOMPETITIF , LOKASI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN).* 2(4), 524–533.
- Siregar, A. N. K. B. F. M. P. A. (2024). *Kajian Literatur Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen terhadap Produk UMKM Berlabel Hala.* 2(4).
- Sulistiyani, R. D., & Fahrullah, A. (2024). *PENGARUH SERTIFIKASI HALAL,*

HALAL AWARENESS, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM & TEA DI KABUPATEN LAMONGAN. 7, 172–188.

Syarifuddin. (2021). *SUMBER DAYA MANUSIA PADA KANTOR DINAS DIKOTA.* 1(2), 51–56.

Widyaningsih, D. A. (2023). *Sertifikasi Halal Perspektif Maqashid Syariah.* 4(1), 61–72.

Widyastari, N., Camelia, D., Lestari, D. S., & Asnawi, A. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RICHEESE FACTORY DI SURABAYA.* 2(1).

Yolanda, H. (2022). *PENGARUH TREND FASHION DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri).*

Yuwana, I. P., Hasanah, H., Haji, K., & Siddiq, A. (2021). *Literasi produk bersertifikasi halal dalam rangka meningkatkan penjualan pada umkm 1.* 104–112.

LAMPIRAN

Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Di Kalangan Mahasiswa UMSU

Petunjuk Pengisian :

Berikan Tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

STS (Sangat Tidak Setuju) Skor Penilaian 1

TS (Tidak Setuju) Skor Penilaian 2

KS (Kurang Setuju) Skor Penilaian 3

S (Setuju) Skor Penilaian 4

SS (Sangat Setuju) Skor Penilaian 5

Variabel Sertifikasi Halal (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya memahami bahwa sertifikasi halal menunjukkan produk telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam .	0	0	7	42	51
2	Saya mengetahui bahwa sertifikasi halal ditetapkan oleh lembaga resmi (BPJPH, LPH, dan MUI).	0	0	6	39	55
3	Saya percaya bahwa produk makanan yang memiliki sertifikat halal terjamin kehalalannya.	0	0	8	44	48
4	Sertifikasi halal membuat saya merasa	0	0	6	41	53

	aman dalam mengonsumsi produk makanan.					
5	Label halal menjadi pertimbangan utama saya sebelum membeli produk makanan.	0	0	9	38	53
6	Saya ragu membeli produk makanan yang tidak mencantumkan label halal.	0	1	7	40	52

Variabel Kepercayaan Penggunaan Produk (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya yakin produk makanan yang saya konsumsi aman bagi kesehatan.	1	2	18	52	27
2	Saya percaya produk makanan yang saya beli tidak mengandung bahan berbahaya.	1	3	20	49	27
3	Saya percaya produsen memberikan informasi yang jujur tentang produknya	1	2	19	51	27
4	Saya yakin produsen tidak menyembunyikan informasi penting terkait produk makanan.	0	4	17	54	25
5	Saya percaya kualitas produk makanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan harga yang ditawarkan	0	3	16	53	28
6	Saya percaya produk makanan tersebut layak untuk dikonsumsi	0	2	15	50	33

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memutuskan membeli produk makanan setelah mempertimbangkan sertifikasi halal.	0	0	6	43	51
2	Saya membeli produk makanan karena merasa yakin dan percaya terhadap produk tersebut.	0	0	7	45	48
3	Saya bersedia membeli kembali produk makanan yang sama di kemudian hari.	0	1	8	44	47
4	Pengalaman positif membuat saya ingin melakukan pembelian ulang.	0	1	6	46	47
5	Saya lebih memilih merek produk makanan yang telah saya percaya.	0	0	5	42	53
6	Sertifikasi halal memengaruhi saya dalam memilih merek produk makanan tertentu.	0	0	4	40	56



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. 89SK/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 [umsuamedan](https://www.facebook.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.instagram.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.twitter.com/umsuamedan) [umsuamedan](https://www.youtube.com/umsuamedan)

Dia menaruh hati di agar diadatkan
 Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

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

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmahayati, M.E.I
 Dosen Pembimbing : Dr. Salman Nasution, S.E.I, M.A

Nama Mahasiswa : TANTRI ARUM
 Npm : 2201280028
 Semester : VII
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Serifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap keputusan Pembelian Produk Makanan di Kalangan Mahasiswa UMSU

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
Jan, 03 17.05	pengertian halal menurut ulama	✓	
Jan, 17.05	klasifikasi produk halal	✓	
	dan lain-lain	✓	
Jan, 11 12.05	dan lain-lain	✓	
Jan, 12 12.05	dan lain-lain		

Medan, Desember 2025

Diketahui/Disetujui
 Dekan

Diketahui/ Disetujui
 Ketua Program Studi

Pembimbing Proposal

Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I., M.A

Assoc. Prof. Dr. Rahmahayati, M.E.I

Dr. Salman Nasution, S.E.I, M.A



UMSU
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Bila diperlukan surat ini agar diketahui
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/Akre/PT/III/2019

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 [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH/ BISNIS MANAJEMEN SYARIAH

Pada hari Kamis telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Tantri Arum
Npm : 2201280028
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Serifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap keputusan Pembelian Produk Makanan di Kalangan Mahasiswa UMSU

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	
Bab II	
Bab III	
Lainnya	
Kesimpulan	Lulus ☒ Tidak Lulus ☐

Medan, 18 Desember 2025

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Alfi Amalia, M.E.I)

Pembimbing

(Dr. Salman Nasution, S.E.I, M.A)

Pembahas

(Syahrul Amsari, SE.Sy, M.Si)



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](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
 Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang diselenggarakan pada Hari Kamis dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Tantri Arum
 Npm : 2201280028
 Semester : VII (Tujuh)
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Proposal : Pengaruh Seritifikasi Halal dan Kepercayaan Penggunaan Produk terhadap keputusan Pembelian Produk Makanan di Kalangan Mahasiswa UMSU

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

Medan, 18 Desember 2025

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I.)

Sekretaris Program Studi

(Alfi Amalia, M.E.I.)

Pembimbing

(Dr. Salman Nasution, S.E.I., M.A.)

Pembahas

(Syahrul Amsari, SE.Sy, M.Si.)

Diketahui/ Disetujui

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, MA



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

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Nomor : 215/IL.3-AU/UMSU/F/2026
 Lamp. : -
 Hal : Izin Riset

25 Rajab 1447 H
 14 Januari 2025 M

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 di-
Medan.

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat, teriring salam dan do'a semoga Saudara dan jajaran selalu berada dalam naungan Allah SWT. Dan memudahkan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Amin.

Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 27/IL.3-AU/UMSU-01/F/2026 tanggal 13 Januari 2026 Prihal Izin Riset, maka bersama ini kami memberikan persetujuan/izin riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai berikut:

Nama : **Tantri Arum**
 NPM : 2201280028
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Semester : VII (Tujuh)
 Fakultas : Agama Islam
 Judul : **Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kepercayaan Penggunaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

Demikian hal ini kami disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum
 NIP: 195701131987031002

Tembusan:

1. Bapak Rektor UMSU sebagai laporan;
2. Yang bersangkutan
3. Peringgal.



UMSU

Unggul | Cerdas | Tanggung

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

Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia No. 00059/LAP/PT/IX/2018

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

NPT. 127120201000003 <http://perpustakaan.umsu.ac.id> perpustakaan@umsu.ac.id [perpustakaan_umsu](#)

SURAT KETERANGAN

Nomor: 00706/KET/II.2-AU/UMSU-P/M/2026

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : Tantri Arum
NPM : 2201280028
Fakultas : Agama Islam
Jurusan/ P.Studi : Manajemen Bisnis Syariah

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

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 26 Sya'ban 1447 H
 14 Februari 2026 M

Kepala Perpustakaan,



Dr. Muhammad Arifin, M.Pd.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Tantri Arum

Tempat & Tanggal Lahir : Pulau Rakyat Tua, 03 September 2004

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Belum Kawin

Alamat : Dusun I Desa Mekar Sari, Kec Pulau Rakyat, Kab Asahan

NO HP : 082363613235

Email : tantriarum3924@gmail.com

Nama Ayah : Supratman

Nama Ibu : Ramiati

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 017137 Pulau Rakyat 2010-2016
2. SMP Negeri 3 Pulau Rakyat 2016-2019
3. SMA Negeri 1 Pulau Rakyat 2019-2022
4. Diterima sebagai mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2022).