

## **Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang**

**Syifa Unisa<sup>1)</sup>, Miftah Faiz Ali Ramdhani<sup>2)</sup>, Mahmud Ali<sup>3)</sup>**

<sup>1, 2, 3</sup> Ilmu Administrasi Niaga, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten

Email: <sup>3</sup> ayep\_mahmud\_ali@icloud.com

### **Abstract**

*The research aims are as follows: 1) To identify the halal label at Kampoeng Hayam Restaurant; 2) To determine the desire to purchase goods at Kampoeng Hayam Restaurant; and 3) To find out how the halal label influences the desire to purchase goods at Kampoeng Hayam Restaurant. This research was conducted using a quantitative associative approach. To investigate a specific population or sample, data was collected using research instruments and statistically analyzed to test the formulated hypotheses. The subjects of this research are consumers who dined at Kampoeng Hayam Restaurant in Serang City in 2021. The study involved 7,292 individuals, with a sample size of 100 respondents. This research employed an incidental non-probability sampling technique. The methods of analysis used in this research include validity tests, reliability tests, descriptive analysis, simple correlation, simple linear regression, hypothesis testing, and coefficient of determination tests. The test results indicate that there is a significant influence between Halal Labeling and Consumer Purchase Interest; the calculation of the coefficient of determination (R Square) is 0.716, or 71.6 percent, indicating that the Halal Labeling variable has a 71.6 percent influence on Consumer Purchase Interest, with other unexamined factors influencing 28.4 percent. The hypothesis test results show that the t-calculated is greater than the t-table, namely 15.669. Since the t-calculated is greater than the t-table,  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected.*

**Keywords:** Halal Labeling, Buying Interest

### **Abstrak**

*Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Mengidentifikasi labelisasi halal di Restoran Kampoeng Hayam; 2) Mengidentifikasi keinginan untuk membeli barang di Restoran Kampoeng Hayam; dan 3) Mengidentifikasi pengaruh label halal terhadap keinginan untuk membeli barang di Restoran Kampoeng Hayam. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, data dikumpulkan dengan instrumen penelitian dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dibuat. Konsumen yang pernah makan di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang pada tahun 2021 adalah subjek penelitian ini. Penelitian ini melibatkan 7.292 orang, dengan 100 sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental non-probability. Penelitian ini menggunakan metode analisis seperti uji validitas, reliabilitas, deskripsi, korelasi sederhana, regresi linier sederhana, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Hasil uji menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Labelisasi Halal dan Minat Beli Konsumen; perhitungan koefisien determinasi (R Square) adalah 0,716, atau 71,6 persen, yang menunjukkan bahwa variabel Labelisasi Halal memiliki pengaruh sebesar 71,6 persen terhadap Minat Beli Konsumen, dan faktor lain yang tidak diteliti memiliki pengaruh sebesar 28,6 persen.. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa thitung lebih besar daripada ttabel, yaitu 15,669 Karena t-hitung lebih besar daripada t-tabel,  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.*

**Kata Kunci:** Labelisasi Halal, Minat Beli

## 1. PENDAHULUAN

Di Asia Tenggara, Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam terbesar. Jumlah penduduk Indonesia sebanyak 273,23 juta pada Juni 2021, dengan 236,53 juta, atau 86,88% dari total, adalah muslim, menurut data dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri. Dengan itu, menjadikan Indonesia menjadi pasar potensial untuk setiap produsen barang atau jasa. Dari data dinas kependudukan dan pencatatan sipil kota Serang jumlah penduduk dari tahun 2018 sampai dengan 2020 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Data Penduduk Kota Serang 2020

Tahun	Jumlah
2018	642.586
2019	652.192
2020	681.012

Sumber: (Disdukcapil Kota Serang, 2020)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa penduduk kota Serang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dimana peran Unit Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) sangat dibutuhkan untuk menunjang kebutuhan setiap orang, khususnya memenuhi kebutuhan sehari-harinya seperti makanan dan minuman. Dari data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Serang jumlah penduduk berdasarkan agama pada 2020 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Tahun 2020

No	Agama	Pria	Wanita	Jumlah
1	Islam	339.617	326.994	666.611
2	Kristen	4.225	4.275	8.530
3	Katolik	1.494	1.551	3.045
4	Hindu	157	116	273
5	Budha	1.301	1.240	2.541
6	Khonghucu	4	7	11
7	Kepercayaan	1	-	1
Jumlah		346.829	334.183	681.012

Sumber: ( Disdukcapil Kota Serang, 2020)

Tabel diatas menunjukkan bahwa Kota Serang adalah kota yang memiliki jumlah penduduk yang beragama non-muslim sebesar 14.401 penduduk pada tahun 2020 dengan jumlah penduduk muslim 666.611 penduduk. Dalam rangka menghormati hak-hak asasi umat Islam perlu adanya jaminan kehalalan terhadap semua produk makanan, minuman, obat, kosmetika dan barang guna yang dipasarkan dan yang banyak dikonsumsi umat Islam. Jaminan halal tersebut tidak boleh dinyatakan sendiri oleh produsen, tetapi harus melalui proses pemeriksaan dan assessment secara obyektif oleh lembaga pemeriksa halal yang independen.

Berdasarkan data dari Lembaga Pengkajian, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Provinsi Banten yang diperoleh peneliti mengenai jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mendaftarkan sertifikasi halal pada tahun 2021, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

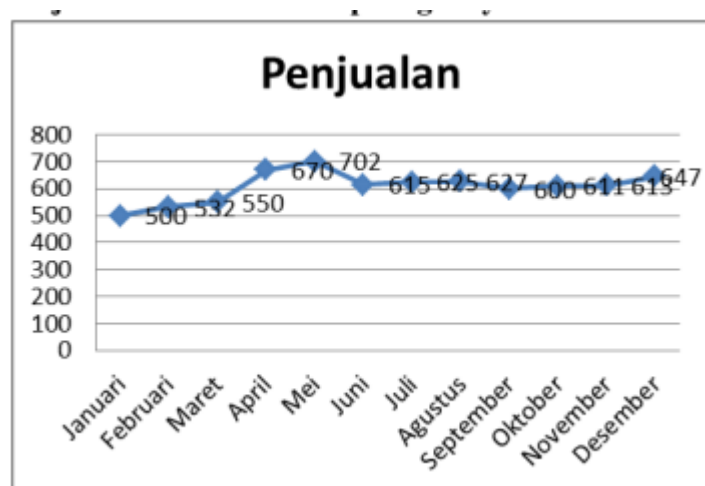
Tabel 1.3 Data UMKM Halal Kabupaten/Kota Di Banten 2021

Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM
Kabupaten Lebak	56
Kabupaten Pandeglang	31
Kabupaten Serang	35
Kabupaten Tangerang	160
Kota Tangerang	215
Kota Serang	93
Kota Tangerang Selatan	281
Kota Cilegon	50
<b>JUMLAH</b>	<b>921</b>

Sumber:(LPPOM MUI Provinsi Banten, 2021)

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memperoleh label halal pada tahun 2021, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Serang terhitung masih sedikitnya UMKM yang melakukan sertifikasi halal pada tahun 2021 yaitu berjumlah 93 UMKM. Menjadikan keharusan setiap konsumen untuk terus berhati-hati dalam membeli suatu produk terutama untuk makanan yang kita konsumsi.

Salah satunya adalah Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, yang bergerak dalam usaha makanan siap saji dengan produk utama yaitu olahan ayam. Produk-produk yang ada di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang ini memiliki sertifikasi halal dengan nomor sertifikasi 171500034971117. Kampoeng Hayam Kota Serang memiliki 4 cabang yang terdiri dari satu Restoran dan 4 cabang yang terdapat di beberapa sekolah dan Kampus di serang yaitu Kampus UNTIRTA, UIN Sultan Hasanudin Banten, dan Unsera, dan restoran yang berlokasi di Jl. Empat Lima, Kota Serang merupakan pusatnya.



Gambar 1.(Ihyaudin, personal communication, 2022)

Dari Gambar diatas dapat diketahui bahwa tingkat penjualan di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang mengalami naik turun setiap bulannya. Data penjualan pada tahun 2021 Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang ini sebesar 7.292 konsumen. Kenaikan terbesar yang terjadi yaitu pada saat bulan Ramadhan (April dan Mei) karena banyaknya konsumen yang melakukan buka bersama sehingga penjualan meningkat dari bulan biasanya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 4 Maret 2022 kepada bapak Ihyaudin (pemilik) Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, sertifikat merupakan hal yang penting untuk dimiliki setiap pengusaha untuk menjamin setiap produk yang dibeli konsumen muslim merupakan produk yang halal. Menurutnya :“Setelah mendapatkan sertifikasi halal, peningkatan penjualan sangat baik karena dengan memiliki sertifikasi halal masyarakat lebih percaya dalam membeli produk di Kampoeng Hayam Kota Serang, dibandingkan waktu dulu kampanye untuk produk halal masih kurang, kisaran tahun 2000-an kepedulian masyarakat terhadap produk halal meningkat sehingga saat ini banyak pengusaha berlomba-lomba untuk membuat sertifikasi halal”.

Labelisasi halal di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang untuk memberikan gambaran yang lebih baik tentang fenomena yang sebenarnya terjadi. Tabel berikut menunjukkan hasil dari survei awal tentang label halal:

Tabel 1.4. Pra-Survey Mengenai Label Halal di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang

No	Pertanyaan	Jawaban (%)		Jumlah Konsumen	Target dalam (%)
		Ya	Tidak		
1	Anda mengetahui bahwa Label halal pada Restoran Kampoeng Hayam sudah memiliki label halal MUI	60%	40%	10	100%
2	Anda percaya produk pada Restoran Kampoeng Hayam karena memiliki label halal	100%	0%	10	100%
3	Dengan label halal di Restoran Kampoeng Hayam, Anda dapat yakin bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan haram.	90%	10%	10	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2022)

Tabel diatas menjelaskan mengenai tanggapan konsumen tentang label halal di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, pengetahuan konsumen mengenai label halal di restoran kampoeng Hayam Kota Serang ini bernilai 60% yang memiliki nilai terendah dibandingkan dengan lainnya, dengan tidak adanya pemasangan label halal yang lebih besar sehingga tidak banyak orang tahu akan label halal yang restoran kampoeng hayam kota serang ini miliki.

Minat beli di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang guna menggambarkan lebih jelas mengenai fenomena yang sebenarnya terjadi. Hasil penyebaran kuesioner awal mengenai minat beli dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.5. Pra-Survey Mengenai Minat Beli di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang

No	Pertanyaan	Jawaban (%)		Jumlah Konsumen	Target dalam (%)
		Ya	Tidak		
1	Anda akan membeli produk di Restoran Kampoeng Hayam dalam waktu dekat	40%	60%	10	100%
2	Anda akan merekomendasikan Kampoeng Hayam kepada orang-orang yang Anda sayangi atau anggota keluarga Anda?	80%	20%	10	100%
3	Kampoeng Hayam akan menjadi pilihan pertama Anda ketika datang ke restoran lain.	30%	70%	10	100%
4	Anda akan mengikuti Restoran Kampoeng Hayam di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dll.	70%	30%	10	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2022)

Tabel di atas menjelaskan mengenai tanggapan konsumen tentang minat beli di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, dapat dilihat bahwa masih terdapat beberapa masalah. Permasalahan yang terjadi yaitu mengenai kurangnya minat konsumen dalam membeli ulang produk di kampoeng Hayam Kota Serang dan tidak menjadikan kampoeng Hayam Kota Serang prioritas utama dalam memilih restoran. Hal tersebut membuktikan bahwa masih kurangnya minat beli di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang. Sehingga pada pra survey ini bahwa labelisasi halal kurang terlalu diperhatikan oleh penduduk muslim di kota serang.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, masalah berikut dapat dirumuskan: Seberapa besar pengaruh Label halal terhadap minat beli konsumen di Restoran Kampoeng Hayam ?

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Label

Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pila etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk. (Tjiptono, 2015), Label, yang biasanya merupakan bagian dari kemasan, atau tanda pengenal, yang dicantumkan pada kemasan produk, berisi informasi tentang produk yang dijual.

Label, yang biasanya merupakan bagian dari kemasan atau tanda pengenal yang ditempelkan pada produk, berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi tentang produk kepada pelanggan. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa label adalah bagian dari produk yang menunjukkan beberapa informasi tentang produk tersebut.

### Halal

Dalam (Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 Tentang Pedoman Dan Tata Cara Pemeriksaan Dan Penetapan Pangan Halal, 2021) Departemen Agama menyatakan bahwa "... tidak mengandung bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi bagi umat islam, dan pengelolaannya tidak ada yang bertentangan dengan syariat islam." Proses-proses yang digunakan dalam produksi makanan halal juga disebut halal. Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa halal adalah sesuatu yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan dan akan membantu orang lain dan diri sendiri.

## Labelisasi Halal

Labelisasi halal merupakan komponen yang sangat penting dalam penelitian ini. Istilah labelisasi halal mengacu pada penambahan pernyataan halal pada kemasan produk dengan tujuan memberi tahu masyarakat muslim bahwa produk tersebut berstatus halal, menurut Rangkuti dalam (Yuliani, n.d.)

Namun, menurut Yuswohady (Aisy, 2022), label halal diberikan oleh lembaga yang berwenang, seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), untuk memastikan bahwa produk tersebut telah melewati pengujian kehalalan yang sesuai dengan syariat Islam. Tujuan pencantuman label halal adalah untuk memastikan bahwa pelanggan dilindungi dari kehalalan dan kenyamanan saat menggunakan barang-barang tertentu.

Didasarkan pada diskusi sebelumnya tentang labelisasi halal, dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal adalah peraturan yang harus dipenuhi oleh bisnis yang mengolah makanan dan minuman, atau secara umum disebut makanan.

Surat keterangan yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) di provinsi atau pusat tentang halalnya produk makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) secara teknis bertanggung jawab atas sertifikasi halal.

Terdapat tiga indikator labelisasi halal menurut Mahwiyah dalam (Murni & Fajrina, 2021), antara lain pengetahuan, kepercayaan, dan penilaian terhadap labelisasi halal. Berikut adalah arti dari ketiga indikator tersebut menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI):

1. Pengetahuan, merupakan suatu informasi yang diketahui maupun disadari oleh seseorang. Pengetahuan merupakan informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki; yang melekat di benak seseorang.
2. Kepercayaan, merupakan keadaan psikologis saat seseorang menganggap sesuatu itu benar. Atau bisa diartikan juga suatu anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.
3. Penilaian terhadap labelisasi halal, merupakan suatu proses, cara, perbuatan menilai; pemberian nilai yang diberikan terhadap labelisasi halal.

## Minat Beli

Menurut Kotler dan Keller, salah satu bentuk perilaku konsumen adalah minat atau keinginan untuk membeli barang atau jasa. Konsumen potensial, yang belum melakukan pembelian saat ini, disebut sebagai calon pembeli (Adi, 2015) mendefinisikan minat beli konsumen sebagai perilaku konsumen yang ingin memilih, menggunakan, dan mengonsumsi suatu produk atau bahkan menginginkannya.

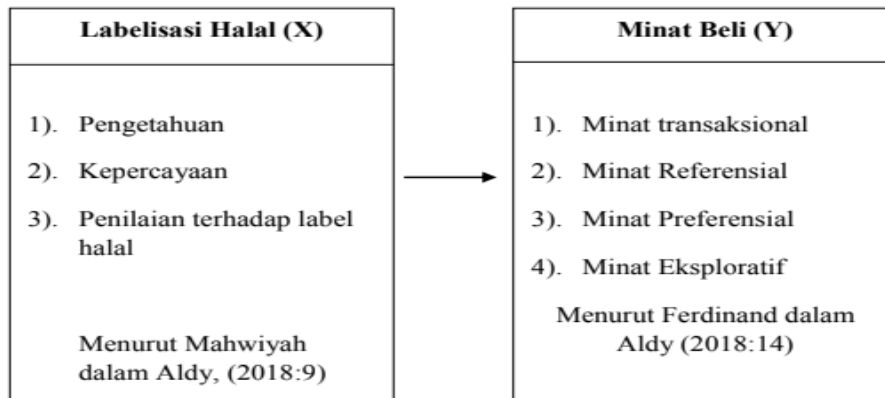
Menurut Sutisna dan Pawitra, "minat beli" mengacu pada rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta jumlah unit produk yang dibutuhkan pada waktu tertentu (Meldarianda & S, 2010). Dia juga mengatakan bahwa minat beli adalah instruksi diri bagi pembeli untuk membeli suatu produk, merencanakannya, mengambil tindakan yang relevan, seperti mengusulkan, merekomendasikan, memilih, dan akhirnya mengambil keputusan.

Dari diskusi di atas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah ketika seseorang mampu mengalihkan perhatian mereka pada sesuatu yang membuat mereka lebih tertarik untuk menggunakan atau mencoba sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini dapat berupa barang atau jasa.

Indikator minat beli, menurut Ferdinand (Purbohastuti & Hidayah, 2020), terdiri dari:

1. Minat transaksional yaitu minat untuk membeli suatu produk.
2. Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

3. Minat preferensial yaitu perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
4. Minat eksploratif yaitu perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.



*Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran*

Berdasarkan uraian-uraian yang terdapat pada bab 1, kerangka pemikiran penelitian ini mengacu pada masalah yang ada saat menentukan masalah. Oleh karena itu, kerangka pemikiran penelitian ini dapat dijabarkan dalam suatu model di mana minat beli adalah variabel terikat dan labelisasi halal adalah variabel bebas.

### **Hipotesis**

Menurut Sugiyono dalam (Mayasari & Safina, 2021) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah; karena itu, karena sifatnya sementara, harus dibuktikan dengan data empirik yang dikumpulkan. Kesimpulan penelitian ini adalah hipotesis yang dapat diajukan, yang akan diuji kebenarannya. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

“ Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang”.

Hipotesis Statistik:

$H_0: \rho \neq$  Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan labelisasi halal terhadap minat beli konsumen di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang”

$H_a: \rho =$  “ Terdapat Pengaruh positif dan signifikan labelisasi halal terhadap minat beli konsumen di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang”

### **3. METODE PENELITIAN**

Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis asosiatif. Karena populasi tidak diketahui dan teknik sampling insidental digunakan, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini dihitung dengan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow adalah:

$$\eta = \frac{z^2 \cdot a/2P1(1 - P)}{d^2}$$

keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

$$\eta = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 / (1 - 0.5)}{0.10^2}$$

$$\eta = \frac{3,8416 \cdot 0.25}{0.01}$$

$$\eta = 96,04$$

Karena itu, jumlah sampel 96,04 dibagi menjadi 100 anggota masyarakat Kota Serang.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Uji Instrumen Penelitian

##### Uji Validitas

Program SPSS Windows Versi 25 digunakan untuk menguji validitas. Keputusan dibuat berdasarkan nilai komponen instrumen; jika nilai r di bawah r tabel 0,361, instrumen tersebut dianggap tidak valid; jika nilai r lebih besar dari r tabel 0,300, instrumen tersebut dianggap valid. Hasil uji validitas terhadap variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1. Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal (X)

Item	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
1	0,476	0,300	Valid
2	0,464	0,300	Valid
3	0,468	0,300	Valid
4	0,430	0,300	Valid
5	0,563	0,300	Valid
6	0,411	0,300	Valid
7	0,490	0,300	Valid
8	0,408	0,300	Valid
9	0,427	0,300	Valid
10	0,411	0,300	Valid
11	0,490	0,300	Valid
12	0,495	0,300	Valid
13	0,373	0,300	Valid

Sumber: Data Primer yang telah Diolah

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang ada pada Variabel Labelisasi Halal adalah valid, hal ini didasari atas dimana nilai r lebih besar dari nilai r tabel, valid jika korelasi tiap faktor bernilai positif jika besarnya 0,300 ke atas.

Tabel 4.2. Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

Item	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
1	0,454	0,300	Valid
2	0,503	0,300	Valid
3	0,433	0,300	Valid
4	0,434	0,300	Valid
5	0,577	0,300	Valid
6	0,425	0,300	Valid
7	0,393	0,300	Valid
8	0,533	0,300	Valid
9	0,511	0,300	Valid
10	0,593	0,300	Valid
11	0,451	0,300	Valid
12	0,635	0,300	Valid

Sumber: Data Primer yang telah Diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang terkait dengan Variabel Labelisasi Halal adalah valid, dengan asumsi bahwa nilai r lebih besar dari nilai r dalam tabel dan bahwa korelasi antara masing-masing faktor adalah positif jika besarnya lebih dari 0,300.

### Uji Reliabilitas

Menurut rumus Cronbach's Alpha, instrumen dianggap handal jika nilainya lebih besar dari 0,60 product moment. Nilai Cronbach's Alpha harus lebih besar dari 0,60. (Sugiyono, 2014)

Tabel 4.3 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Labelisasi Halal (X)	0,858	Handal
2	Minat Beli (Y)	0,717	Handal

Sumber : Data Primer yang telah diolah

Menurut tabel di atas, variabel labelisasi halal (X) memiliki koefisien alpha 0,858 lebih besar dari 0,60, dan variabel minat beli (Y) memiliki koefisien alpha 0,717 lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian adalah akurat.

## Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error				
1						
	(Constant)	2.948	1.934		1.524	.131
	LABELISASI HALAL	.746	.047	.846	15.699	.000

a. Dependent Variable: MINAT\_BELI

Hasil regresi linear sederhana sebagai berikut dapat dihitung berdasarkan tabel di atas:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2.948 + 0,756X$$

Hasil dari analisis tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Angka konstanta sebesar 2,948 menunjukkan bahwa ketika variabel labelisasi halal tidak dicantumkan atau dengan 0 (nol), maka minat beli sebesar 2,948. Hasil ini signifikan pada alpha 10%
2. Koefisien regresi untuk labelisasi halal sebesar 0,746 menggambarkan bahwa ketika labelisasi halal dicantumkan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka minat beli akan mengalami kenaikan sebesar m0,746. Hasil ini signifikan pada alpha 10% dari hasil uji t.

## Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 4.5. Uji Hipotesis (T)

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error				
1						
	(Constant)	2,948	1,934		1,524	,131
	X1	,746	,047	,846	15,699	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer yang telah diolah

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Labelisasi Halal X) memiliki pengaruh sebesar  $0,000 < 0,005$ , sesuai dengan nilai t hitung dan t tabel, yaitu t hitung 15,699 lebih besar dari 1,660551. Ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan. ketentuannya untuk nilai signifikan t adalah sebagai berikut:

- Nilai sig. (t) < 0,05 (H0 ditolak, Ha diterima: berpengaruh)
- Nilai sig. (t) > 0,05 (Ha ditolak, H0 diterima: tidak berpengaruh)

Berdasarkan tabel uji t dan program SPSS 25, hasil uji hipotesis penelitian tentang pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli konsumen dapat dijelaskan. Untuk variabel labelisasi halal, diperoleh nilai signifikansi 0,000 dan nilai t hitung 15,699; berdasarkan besarnya nilai signifikansi, hipotesis dapat diterima atau ditolak.

Dari tabel perhitungan SPSS di atas didapat nilai t hitung sebesar 15,699 dan nilai t tabel 1,660551 yang artinya t hitung > t tabel dan nilai signifikansi menunjukkan  $0,000 < 0,05$  dengan

demikian H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya terdapat pengaruh antara variabel labelisasi halal terhadap minat beli konsumen di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang.

### Analisis Korelasi

Diciptakan oleh Karl Pearson pada tahun 1900, korelasi adalah istilah statistik yang menunjukkan derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Istilah ini juga dikenal sebagai korelasi pearson product moment. Salah satu teknik analisis yang paling umum digunakan oleh para peneliti adalah korelasi.

Tabel 4.6. Analisis Korelasi Correlations

		X1	Y
X1	Pearson Correlation	1	,846**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	,846**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hubungan kedua variabel searah ditunjukkan oleh nilai korelasi pearson 0,846, yang menunjukkan korelasi, dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan korelasi positif. Labelisasi Halal di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang menarik pelanggan, menurut hubungan searah ini. Sebuah korelasi antara labelisasi halal dan minat beli ditemukan sebesar 0,846. Kriteria berikut digunakan untuk menafsirkan hasil tersebut:

Tabel 4.7. Interval Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

(Sugiyono 2017)

Dengan demikian, hasil dari tabel sebesar 0,846 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas Labelisasi Halal dan variabel terikat minat beli memiliki korelasi yang sangat kuat dan searah (karena hasilnya yang positif).

### Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.8. Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change
1	,846 <sup>a</sup>	,716	,713	4,000	,716

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, kita mengetahui bahwa nilai  $r^2$  (R Square) adalah 0,716, dan nilai ini menunjukkan pengkuadratan dari koefisien korelasi atau R, yaitu  $0,846 \times 0,846 = 0,716$ . Angka ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi besar (R Square) adalah 0,716, yang berarti bahwa labelisasi halal mempengaruhi minat beli sebesar 71,6%, dan variabel lain yang tidak ditemukan dalam penelitian ini mempengaruhi sisa 28,49%.

## 5. PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis tentang pengaruh labelisasi halal dalam meningkatkan minat beli konsumen, didukung oleh konsep dan diskusi, penulis sampai pada kesimpulan bahwa berdasarkan nilai korelasi Spearman Brown, hubungan antara labelisasi halal dan minat beli pelanggan di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang diperoleh nilai 0,846, yang menunjukkan bahwa ada korelasi yang kuat dan hubungan yang baik antara labelisasi halal dan keinginan pelanggan untuk membeli sesuatu. Menurut analisis koefisien determinasi, besarnya pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli pelanggan adalah 71,6 persen, dan nilai yang lebih rendah adalah hanya 0,3 persen.

### Saran

Berdasarkan temuan penelitian mereka tentang pengaruh labelisasi halal terhadap keinginan pelanggan untuk membeli barang di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, kami akan mengeksplorasi variabel tambahan yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, seperti harga, promosi, lokasi, dan lainnya.
2. Membuka berbagai cabang di luar kota agar dapat diakses para konsumen di luar daerah kota Serang
3. Labelisasi halal yang dimiliki Restoran Kampoeng Hayam sebaiknya diperlihatkan di bagian depan restoran dengan ukuran yang dapat dilihat oleh banyak orang (konsumen), sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui kehalalan produk yang ada di Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang.
4. Perlunya pembeda dengan para kompetitor lainnya selain varian sambal yang banyak, agar konsumen lebih memilih Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang dibanding dengan Restoran lainnya sehingga Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang menjadi prioritas dalam memilih restoran.
5. Menggencarkan personal branding di media sosial agar jangkauannya lebih luas sehingga Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang dapat lebih dikenal di masyarakat selain di Kota Serang.
6. Mengadakan sosialisasi yang dilakukan LPPOM MUI mengapa label halal harus ada pada makanan, minuman, kosmetik, dan barang lain yang mereka konsumsi dan gunakan untuk meningkatkan kesadaran akan halalnya produk.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I. V. W. (2015). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pada Distro Koffin Store Di Yogyakarta* [Skripsi, Sanata Dharma University]. <https://Repository.Usd.Ac.Id/873/>
- Aisy, N. S. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Snack Kemasan (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 10(1), Article 1. <https://Jimfeb.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jimfeb/Article/View/8033>
- Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Serang. (2020). *Data Penduduk* [Personal Communication].

- Ihyaudin. (2022). *Data Penjualan Restoran Kampoeng Hayam Kota Serang* [Personal Communication].
- Lppom Mui Provinsi Banten. (2021). *Data Umkm Halal Kabupaten/Kota Di Banten* [Personal Communication].
- Mayasari, S., & Safina, W. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.60036/Jbm.V1i2.7>
- Meldarianda, R., & S, H. L. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 17(2), Article 2. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/329>
- Murni, S., & Fajrina, N. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Ringan (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam Dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), Article 2.
- Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 Tentang Pedoman Dan Tata Cara Pemeriksaan Dan Penetapan Pangan Halal, (2021). <https://docplayer.info/38796231-Keputusan-Menteri-Agama-R-I-Nomor-518-Tahun-2001-Tanggal-30-November-2001-Tentang-Pedoman-Dan-Tata-Cara-Pemeriksaan-Dan-Penetapan-Pangan-Halal.html>
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (1st Ed.). Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=911046>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=1176974>
- Yuliani, O. (N.D.). *Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Daya Tarik Dan Minat Beli Masyarakat Muslim Di Steak Ranjang Bandung*.