

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TOK-POKI KOREA DI KECAMATAN
BINTANG BAYU KABUPATEN
SERDANG BEDAGAI**

SKRIPSI

OLEH :

SITI FADIYAH

218320143



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TOK-POKI KOREA DI KECAMATAN
BINTANG BAYU KABUPATEN
SERDANG BEDAGAI**

SKRIPSI

Disajikan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar sarjana
di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan area



OLEH :

SITI FADIYAH

218320143

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Pembelian Tok-Poki korea Di Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai

Nama : Siti Fadiyah

NPM : 218320143

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pembanding

(Yuni Syahputri SE. MSi.)

(Dr. Dahrul Siregar, SE, MSi)

Pembimbing

Pembanding

Mengetahui :

(Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, Ph.D.)

(Fitriani Tobing, SE, M.Si)

Dekan

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 3 Maret 2025

**KALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Fadiyah
NPM : 218320143
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Nonrklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tok-Poki Keras Di Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/fotmat-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Oleh karena pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 3 Maret 2025

Yang menyatakan



(Siti Fadiyah)

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Pembelian Produk Tok-Poki Korea Di Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai”** yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil kerja karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah tuliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 3 Maret 2025




Siti Fadiyah
218320143

RIWAYAT HIDUP

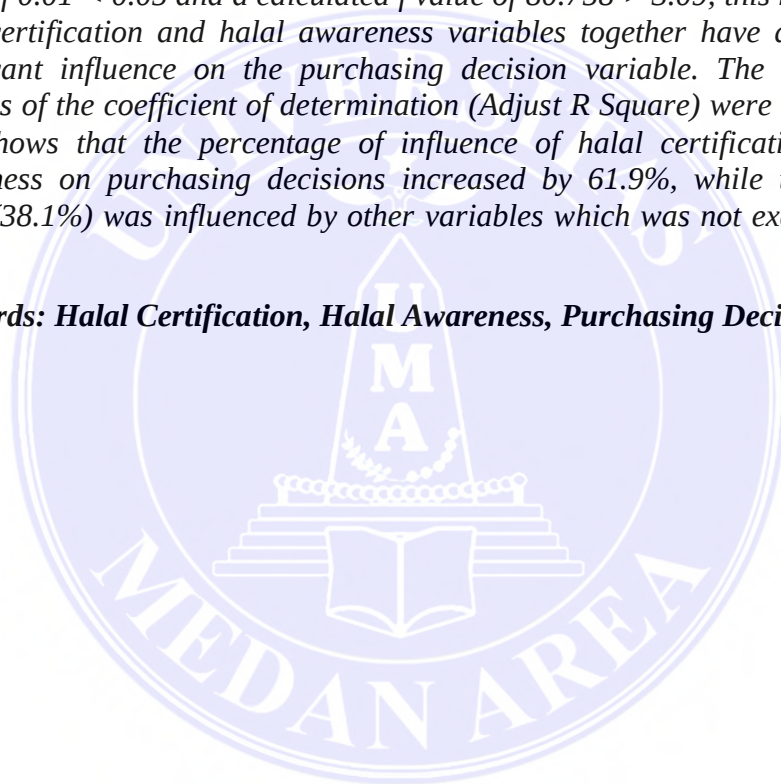


Nama	Siti Fadiyah
Npm	218320143
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 17 Desember 2003
Nama Orang Tua :	
Ayah	Subakti
Ibu	Sri Gustati
Riwayat Pendidikan :	
SMP	Mts Guppi Bintang Bayu
SMA	SMA NEGERI 1 BINTANG BAYU
Riwayat Studi Di UMA	
No. HP/WA	081375003807
Pengalaman Kerja	
Email	Sitifadiyah015@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine "The Influence of Halal Certification and Halal Awareness on Purchasing Decisions of Korean Tok-Poki Products in Bintang Bayu District, Serdang Bedagai Regency". The type of research used in this research is that the sample used is associative, namely this research consists of 99 respondents with slovin calculations. Based on the results of the t test, it is known that the sign value is $0.03 < 0.05$ and the calculated t value is $3,104 > 1984$, meaning that Halal Certification has a positive and significant effect on the Halal Awareness variable. The results of the t test on the halal awareness variable have a sign value of $0.01 < 0.05$ and the calculated t value is $9,169 > 1.984$, which means that the halal awareness variable has a positive and significant effect on the purchasing decision variable. Based on the results of the f test with a sign value of $0.01 < 0.05$ and a calculated f value of $80.758 > 3.09$, this means that the halal certification and halal awareness variables together have a positive and significant influence on the purchasing decision variable. The results of the analysis of the coefficient of determination (Adjust R Square) were 0.619 (61.9%) This shows that the percentage of influence of halal certification and halal awareness on purchasing decisions increased by 61.9%, while the remaining 0.381 (38.1%) was influenced by other variables which was not examined in this study.

Keywords: Halal Certification, Halal Awareness, Purchasing Decisions



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tok-Poki Korea Di Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai” Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel yang digunakan adalah asosiatif yaitu suatu penelitian ini adalah sebanyak 99 responden dengan perhitungan slovin. Berdasarkan hasil uji t yang telah diketahui nilai sign $0.03 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.104 > 1.984$ artinya Sertifikasi Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Kesadaran Halal. Hasil Uji t pada variabel kesadaran halal nilai sign $0.01 < 0.05$ dan nilai t hitung $9.169 > 1.984$ yang artinya variabel kesadaran halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji f dengan nilai sign $0.01 < 0.05$ dan nilai f hitung $80.758 > 3.09$ artinya variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal bersama-sama pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinasi (*Adjust R Square*) sebesar 0.619 (61,9%) Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian meningkat 61,9%, sedangkan sisanya 0.381 (38,1%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik, penulis berterima kasih kepada Allah SWT karena telah memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Dalam hal ini penulis telah banyak menerima bantuan serta bimbingan maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr Dadan Ramdan, M. Eng, M. Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt Ph, D, CIMA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Yuni Syahputri, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia menyempatkan diri untuk membimbing penulis dan memberi masukan serta saran sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.
5. Bapak Dr. Dahrul Siregar, SE, MS.i selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi masukan serta arahan kepada penulis.
6. Ibu Nindya Yunita S.Pd, MS.i selaku Dosen Sekretaris Pembimbing yang telah memberi masukan serta arahan kepada penulis.

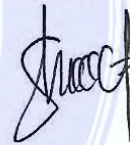
7. Ibu dan Bapak Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat pada penulis.
8. Seluruh Staff dan Pegawai Akademika Universitas Medan Area yang telah melayani proses keadministrasian.
9. Kepada Cinta pertama dan panutanku Bapak Subakti. Beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan namun beliau bekerja keras memberi motivasi, memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan program studi sampai selesai.
10. Kepada Pintu surgaku, Ibu Sri Gustati. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi, beliau juga tidak sempat merasakan bangku perkuliahan namun beliau tidak henti memberikan semangat, serta doa yang selalu mengiringi langkah penulis.
11. Kepada *partner* Yogi Afriansyah yang tak kalah penting kehadirannya selalu menemani dan selalu menjadi *support system* penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan sampai selesai.
12. Kepada NurAini Febrika, Zayyan, Tiara, terima kasih atas motivasi dan dukungannya selama perkuliahan, serta atas bantuannya dalam antar-jemput ketika pulang kampung dan telah menghibur penulis ketika mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
13. Kepada teman-teman seperjuangan saya Eva, Alin, Irma, Desri, Anggi, Randy, Ivan, Terimakasih sudah memberi saran, dan memotivasi kepada penulis sehingga penulis mendapatkan kelancaran dan kemudahan dalam setiap langkah yang dilewati untuk mencapai gelar sarjana dengan menyelesaikan skripsi ini.

14. *Last but not least*, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun prosesnya, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. *I wanna tank me for just being me at all times.*

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kita semua.

Medan, 3 Maret 2025

Penulis

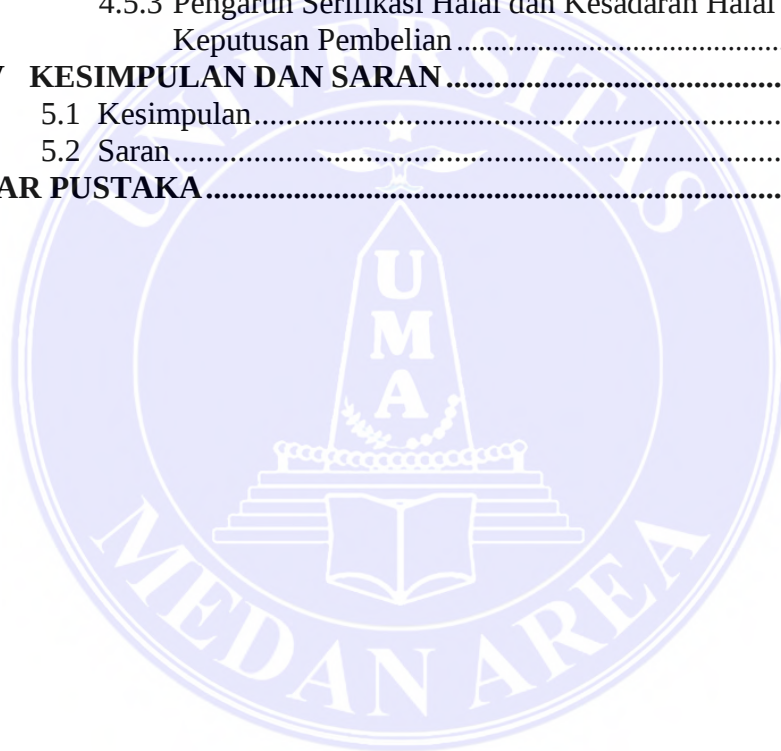


Siti Fadiyah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Sertifikasi Halal	14
2.1.1 Pengertian Sertifikasi Halal	14
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal	16
2.1.3 Indikator Sertifikasi Halal	16
2.1.4 Tahapan Proses Sertifikasi Halal	17
2.2 Kesadaran Halal	21
2.2.1 Pengertian Kesadaran Halal	21
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran Halal	22
2.2.3 Indikator Kesadaran Halal	22
2.3 Keputusan Pembelian	23
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	25
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.4 Penelitian Terdahulu	26
2.5 Kerangka Konseptual	28
2.6 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.1.1 Jenis Penelitian	30
3.1.2 Lokasi Penelitian	30
3.1.3 Waktu Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	31
3.3 Definisi Operasional	32
3.4 Jenis Dan Sumber Data	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknis Analisis Data	35
3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas	35
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.3 Uji Statistik	40
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi	41

BAB IV HASIL DAN PENELITIAN	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Gambaran Umum Tok-Poki Korea	43
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden.....	45
4.2.2 Analisis Karakteristik Responden.....	45
4.3 Frekuensi Jawaban Responden.....	48
4.4 Teknik Analisis Data	53
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	53
4.4.2 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4.4.3 Uji Hipotesis	57
4.5 Pembahasan	59
4.5.1 Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.5.2 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.5.3 Pengaruh Serifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey Sertifikasi Halal	8
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survey Kesadaran Halal.....	9
Tabel 1.3 Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	30
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas	38
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi dan Persentase Usia	46
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi dan Persentase Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi dan Persentase Pembelian.....	48
Tabel 4.3 Skala Nilai.....	48
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sertifikasi Halal (X1).....	50
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kesadaran Halal (X2)	52
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4.9 Uji F (Simultan)	57
Tabel 4.10 Uji Parsial (Uji T)	58
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Tahapan Sertifikasi Halal.....	6
Gambar 2.1 Proses Tahapan Sertifikasi Halal.....	18
Gambar 2.2 logo halal Indonesia	20
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Tok –Poki Korea Original	44
Gambar 4.2 Tok-Poki Korea Spicy Cheese	44
Gambar 4.3 Tok Poki Korea Mild	45
Gambar 4.4 Uji Normal Probability Plot	54
Gambar 4.5 Uji Scatterplot	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	74
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden X1	78
Lampiran 3 Hasil Output Penelitian.....	84
Lampiran 4 Surat Izin Riset Oleh Universitas Medan Area	92
Lampiran 5 Surat Balasan Izin Riset.....	93
Lampiran 6 Surat Izin Riset	94



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembelian adalah tahapan dari proses keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk tersebut. Keputusan pembelian pada dasarnya merupakan proses dimana konsumen memutuskan produk atau jasa mana yang akan dibeli. Keputusan untuk membeli produk tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh labelisasi halal produk tersebut (Santi, 2023).

Maka dari itu, keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tentu akan memperhatikan kriteria suatu produk yang akan dikonsumsi. Pada penelitian (Aripin Mahdi, 2017) menunjukkan bahwa keputusan pembelian berpengaruh terhadap pembelian ulang suatu produk. Produk dengan kualitas yang baik akan membuat konsumen berniat untuk mencoba atau melakukan pembelian kembali (Melpiana & Sudarajat, 2022). Labelisasi halal menjadi salah satu faktor penting yang menyebabkan konsumen dapat mengambil keputusan pembelian., Sertifikasi dan perlabelan halal adalah dua hal yang berbeda namun saling berkaitan. Setelah sertifikasi halal diperoleh, pelaku usaha dapat mencantumkan logo halal pada produk nya dibawah kewenangan BPOM sebagai lembaga pemberi lisensi mengenai pencantuman logo halal pada produk tersebut. (Santi, 2023) Dengan demikian jika pada kemasan produk tidak ada logo halal nya maka perlu diragukan kehalalan nya karena tidak mengikuti prosedur dalam LLPOM-MUI.

Hal ini menunjukan bahwa label halal atau sertifikasi produk halal sangat penting bagi masyarakat Indonesia. Produk yang dianggap halal adalah yang

memenuhi syariat Islam. Dalam masyarakat muslim, kata halal dapat menjadi kata yang sangat diterima dan dipahami. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui produk mana yang halal dan tidak sesuai untuk orang muslim. Halal dijadikan sebagai indikator umum dimana terdapat ketaatan dan kewajiban yang mempengaruhi kualitas produk dan standar hidup yang terjamin (Kartika, 2020).

Saat ini produk di Indonesia bermacam-macam baik produk lokal yang dihasilkan oleh dalam negeri maupun impor dari luar negeri. Masing-masing membutuhkan jaminan halal salah satunya dengan adanya label halal membantu konsumen untuk memilih produk halal. Salah satu kebudayaan luar yang saat ini sedang diikuti oleh banyak orang, terutama para remaja di Indonesia adalah kebudayaan yang berasal dari Korea Selatan (Yuliawan & Subakti, 2022). Kebudayaan Korea Selatan ini dikenal dengan nama Korean Wave yang kemunculannya menjadi salah satu gelombang budaya Korea Selatan yang berkembang ke berbagai negara di dunia hingga saat ini, termasuk di Indonesia.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama memastikan bahwa setelah masa penahapan pertama kewajiban sertifikasi halal berakhir pada 17 oktober 2024, mewajibkan sertifikasi halal mulai diberlakukan. “Terhitung mulai 18 Oktober 2024, kewajiban bersertifikat halal secara resmi diberlakukan bagi produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia, Sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk Halal. Pemberlakuan kewajiban bersertifikasi Halal mengacu pada ketentuan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 42 tahun 2024 tentang penyelenggara Bidang jaminan produk halal yang menggantikan Peraturann PP Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal

yang mengatur bahwa penahapan pertama kewajiban sertifikat halal selama lima tahun yang dimulai sejak 17 oktober 2019 hingga 17 oktober 2024. Setelahnya, maka kewajiban sertifikasi halal mulai berlaku.

Menteri Agama menambahkan bahwa penahapan kewajiban sertifikasi halal bertujuan untuk memastikan bahwa persyaratan sertifikasi halal untuk barang-barang, seperti yang diatur oleh undang-undang, dilaksanakan dengan baik dan menghindari situasi yang tidak menyenangkan. terutama bagi para pengusaha dalam menjaga dan mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, jaminan produk halal mencakup berbagai produk, seperti makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, dan barang guna yang akan digunakan atau digunakan oleh orang-orang. Heryani, 2022, hlm. 157).

LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia) adalah lembaga yang bertanggung jawab atas sertifikasi halal di Indonesia. Lembaga tersebut bertanggung jawab untuk memeriksa, mengkaji, dan menyelidiki apakah produk makanan dan turunannya, seperti obat-obatan dan kosmetik, layak dikonsumsi dari perspektif kesehatan dan agama Islam (Kartika, 2020). Dengan keluarnya Keputusan Menteri Agama (KMA) 518 dan 519 Tahun 2001, MUI sebagai lembaga sertifikasi halal bertanggung jawab untuk melakukan pemeriksaan (audit), menetapkan fatwa, dan menerbitkan sertifikat halal. Berkaitan dengan pelaku usaha, sehingga sangat erat kaitannya dengan produk yang halal.

Berkaitan dengan pelaku usaha, sehingga sangat erat kaitannya dengan produk yang halal. Dengan demikian, menunjukkan bahwa labelisasi atau sertifikasi halal produk-produk dapat memberikan dampak positif yang signifikan

terhadap keputusan pembelian konsumen (Suyatno et al., 2023). Pada penelitian oleh (Djakasaputra et al., 2023) menyampaikan bahwa semua variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal memberi pengaruh dan berkontribusi pada proses keputusan pembelian produk makanan halal oleh konsumen muslim. Logo halal pada sertifikasi halal menjadi hal yang harus dilakukan untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk tersebut halal dan dapat menumbuhkan perilaku yang positif (Öztürk, 2022).

Selain itu, sertifikasi halal memberikan keunggulan bagi produsen dalam persaingan, sedangkan keuntungan bagi pelanggan adalah mereka tidak perlu khawatir tentang bahan-bahan yang terkandung dalam produk makanan. Konsumen muslim membutuhkan makanan yang tidak hanya enak, berkualitas, murah, dan higienis, tetapi juga tidak mengandung zat haram (Widyaningrum, 2019). Kesadaran halal juga berarti bahwa muslim memahami istilah halal, proses halal, dan menganggap bahwa mengonsumsi makanan halal penting bagi mereka. Kesadaran halal juga memainkan peran penting dalam membuat keputusan untuk membeli sesuatu.

Mengonsumsi makanan yang baik dan halal sangat penting bagi seorang muslim karena itu menunjukkan keimanan kepada Allah SWT. Al-Qur'an dan Hadits jelas melarang mengonsumsi makanan yang tidak halal. Jika seseorang mengonsumsi makanan yang tidak halal, efeknya akan sangat negatif (LPPOM MUI, 2021). "Setiap tubuh yang tumbuh dari (makanan) yang haram, maka api neraka lebih utama baginya (lebih layak membakarnya)" (HR. At-Thabrani). Meskipun perintah ini telah disebutkan dalam Al-Qur'an dan Hadits.

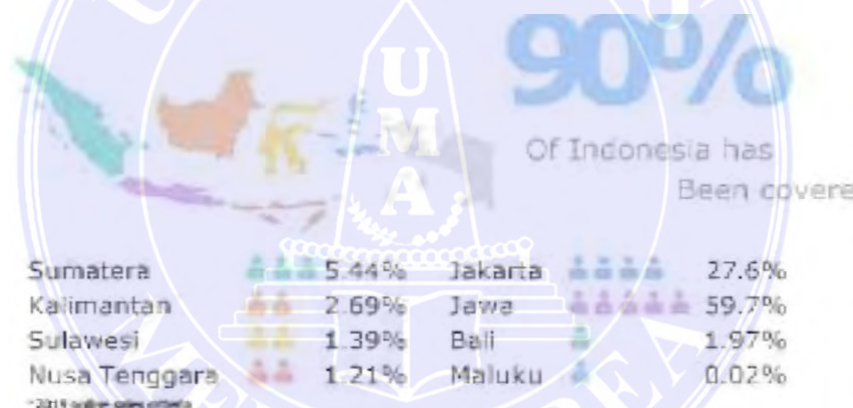
Berdasarkan fenomena masalah yang ada pada masyarakat muslim, yaitu kurang selektif dalam memilih makanan yang halal. Misalkan memperhatikan logo halal, komposisi pada produk dan lain lain. Sertifikasi halal dan kesadaran halal adalah faktor yang sangat berpengaruh dalam pemasaran produk di negara Muslim seperti Indonesia. Keduanya tidak hanya membangun kepercayaan konsumen, tetapi juga meningkatkan ketertarikan terhadap produk makanan, termasuk yang berasal dari negara non-Muslim yaitu salah satunya produk Tok-Poki Korea. Ketika konsumen yakin bahwa suatu produk telah memenuhi standar halal, mereka lebih cenderung untuk membeli, bahkan jika produk tersebut berasal dari luar negeri. Produk tersebut mendapat perhatian lebih dari masyarakat karena hal ini berkaitan dengan adanya pengaruh dari bahasa dan huruf korea (*Hangeul*) yang kurang dimengerti serta pandangan agama yang dominan dianut oleh masyarakat Indonesia yaitu agama Islam. .

Pengaruh Korean Wave di Indonesia mendorong pembeli untuk membeli Tok-Poki Korea instan dibuat oleh beberapa produsen makanan dengan berbagai rasa. Merek Korinus Tok-Poki Korea telah diberi jaminan halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), menjadikannya salah satu merek Tok-Poki yang paling populer di Indonesia.



Gambar 1.1 Tok-Poki Korea

Tok-Poki Korea di produksi oleh PT. Korinus yang didirikan pada 12 Mei 2012 dan merupakan salah satu importir dan distributor Korea selatan yang pertama kali masuk ke pasar Indonesia. Produk korinus telah didistribusikan ke 30.000 jaringan bisnis di seluruh Indonesia melalui pasar online maupun offline. PT. Korinus telah membuka banyak toko dan restoran di Indonesia dengan berbagai produknya yang memiliki sertifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI) dan sertifikasi Makanan Luar (ML). Beberapa produk PT. Korinus termasuk Samyang Noodles, Petitzel Mainstream, seaweed Okdongja Doljaban, teh cair Miwami, Tok-Poki, Tok-Poki MILD dan keju pedas, dan Tok-Poki Sauce.



Gambar 2.1 Proses Tahapan Sertifikasi Halal
Sumber Pt. Korinus

Sertifikasi halal MUI untuk Produk Tok-poki Korea dimulai sekitar tahun 2019, dan mulai mendistribusikan ke Indonesia Sejak 2019, produk Korinus Tok-Poki Korea telah dijual di Indonesia, Baik MUI maupun Federasi Muslim Korea telah mengesahkan bahwa produk ini halal (PT.KORINUS, 2018). Tok-Poki Korea (LPPOM MUI) adalah makanan tradisional khas Korea yang terbuat dari tepung beras ketan. Ini juga dikenal sebagai kue beras kenyal. Konsumen sangat tertarik untuk membeli produk ini karena nilai impor makanan Korea Selatan

yang tinggi ke Indonesia. Meskipun demikian, tidak banyak komunitas muslim yang menyadari dan memahami pentingnya kesadaran halal dan sertifikasi halal. Sebenarnya, hal ini harus menjadi perhatian penting bagi masyarakat muslim saat membeli produk makanan dari luar negeri karena termasuk dalam persyaratan dan peraturan yang berlaku di Indonesia sebagai bukti bahwa produk tersebut secara hukum sah dan halal. Namun perlu di sadari banyak isu mengenai produk-produk yang beredar, seperti produk yang mengandung bahan-bahan haram dijual bebas pasaran.

Melansir dari laman Halal MUI yang tayang pada Selasa (30/07/2019), ramai menjadi perbincangan seputar produk Tok-Poki instan dengan sertifikat halal MUI yang mencantumkan terdapat beberapa komposisi atau bahan yang menyebabkan ketidak halalan, seperti terdapat bahan etanol (alcohol) dalam proses pengawetan tepung beras, kemudian pada gochujang atau yang bisa disebut sebagai pasta cabai untuk makanan korea yang berasal dari bahan bubuk cabe yang difermentasi. Menurut Wakil Direktur Eksekutif LPPOM MUI etanol masih dapat digunakan dalam proses membuat produk halal dengan catatan etanol yang digunakan bukan berasal dari hasil industri fermentasi khamar atau diproduksi secara sintetik dan terdapat penggunaan bahan pengemulsi seperti Glycerin fatty acid ester dalam pembuatan kue beras. Glycerin fatty acid ester dihasilkan dari gliserol dan asam lemak alami, yang dapat bersumber baik nabati atau hewani, bahan-bahan ini menjadi titik kritis bagi kehalalan suatu produk.

Penjualan Korinus Tok-Poki Halal di marketplace Shopee mencapai lebih dari 232.076 unit di pasar Indonesia dan 231.550 unit di pasar Global (KORINUS | Shopee Indonesia, 2022). Sementara itu, di marketplace Tokopedia, penjualan

yang tercatat sebanyak 51.000 unit (KORINUS | Tokopedia. 2022). Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran akan halal dan sertifikasi halal dalam kemasan suatu produk dapat memengaruhi minat konsumen dalam membeli produk pangan secara signifikan.

Dengan kesadaran yang meningkat ini, produsen harus menyesuaikan diri dengan tuntutan konsumen yang semakin kritis. Mereka harus memastikan bahwa barang-barang yang mereka jual tidak hanya halal tetapi juga lezat dan berkualitas tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal telah menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran, membantu pertumbuhan pasar makanan halal di kalangan generasi yang semakin sadar dan memiliki preferensi yang lebih besar.

Dengan demikian, keputusan pembelian produk makanan Tok-poki Korea tentu dipengaruhi oleh variable sertifikasi halal dan kesadaran halal. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi pada produk Tok-poki Korea yang dijadikan sebagai objek penelitian. Hal ini di karenakan pentingnya pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal pada produk tersebut yang berasal dari luar negeri dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Subjek penelitian yang akan dilakukan adalah respondon Pada penduduk Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai.

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey Sertifikasi Halal

No.	Pernyataan Sertifikasi Halal	Ya	Tidak
1.	Saya memperhatikan Logo Sertifikasi Halal pada produk Tok-poki Korea sebelum membeli	18	2
2.	Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan saya terhadap produk topokii	18	2
3.	Saya cenderung membeli produk tok-poki yang memiliki sertifikasi halal	20	0

Sumber : data hasil Pra-Survey di olah peneliti.

Dari tabel diatas yang diambil dari 20 orang responden dapat kita lihat bahwa banyak konsumen yang menyatakan setuju dengan adanya sertifikasi halal atau logo halal pada produk. Jadi bisa dikatakan bahwa dengan tercantumnya logo halal dapat memberi kepercayaan pada konsumen.

Tabel 1.2 Hasil Pra-Survey Kesadaran Halal

No.	Pernyataan Kesadaran Halal	Ya	Tidak
1.	Saya memahami pentingnya memilih produk makanan yang halal	19	1
2.	Kesadaran saya tentang ke halalan mempengaruhi keputusan pembelian saya	17	3
3.	Saya merasa tanggung jawab untuk memilih produk yang sesuai dengan adanya prinsip halal	18	2

Sumber : data hasil Pra-Survey di olah peneliti.

Di sisi lain peneliti menemukan masalah tentang kurang nya kesadaran halal pada pembelian produk, meskipun pemahaman tentang produk halal cukup tinggi, ada sebagian responden yang belum sepenuhnya mengaitkan kesadaran tersebut dengan tindakan nyata dalam keputusan pembelian mereka. Ini menunjukkan adanya peluang untuk meningkatkan pemahaman dan motivasi agar kesadaran halal dapat dipengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk.

Tabel 1.3 Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan Keputusan Pembelian	Ya	Tidak
1.	Saya cenderung membeli Tok-Poki yang memiliki sertifikasi halal	19	1
2.	Produk Tok-Poki yang saya beli selalu mempertimbangkan aspek kehalalan	18	2

Sumber : data hasil Pra-Survey di olah peneliti.

Meskipun sebagian besar responden mempertimbangkan kehalalan dalam memilih produk, ada sebagian kecil yang belum sepenuhnya menjadikan hal tersebut sebagai prioritas dalam keputusan pembelian mereka. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas konsumen sudah memiliki kesadaran tinggi terhadap kehalalan, masih ada ruang untuk

meningkatkan pemahaman dan konsistensi dalam penerapan prinsip halal dalam setiap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tok-Poki Korea Di Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan hasil dari Pra-Survey yang telah dipaparkan peneliti, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Keputusan pembelian pada Tok-Poki Korea yang dilakukan konsumen dipengaruhi adanya sertifikasi halal dengan logo yang dicantumkan pada produk dan kesadaran halal bagi yang muslim untuk memilih produk halal. Meskipun banyak yang sudah menyadari tetapi sebagian masyarakat masih ada yang belum konsisten dalam penerapan untuk membeli produk yang terjamin.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Tok-Poki Korea pada Masyarakat Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai ?
2. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Tok-Poki Korea pada Masyarakat Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai ?

3. Apakah sertifikasi halal dan kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Tok-Poki Korea pada Masyarakat Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah sertifikasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tok-Poki Korea.
2. Untuk mengetahui apakah kesadaran halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tok-Poki Korea.
3. Untuk mengetahui apakah sertifikasi halal dan kesadaran halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tok-Poki Korea.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang pentingnya sertifikasi halal dan kesadaran halal sebelum memutuskan apakah seseorang ingin membeli barang halal. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi, telaah literatur, dan pengembangan penelitian terkait industri halal.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pendidikan dalam bidang ini, terutama mengenai sertifikasi halal, kesadaran halal, dan keinginan konsumen untuk mempermudah mereka dalam memilih produk halal. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah penelitian dalam bidang ekonomi mikro Islam dan fiqh muamalah yang berkaitan dengan teori konsumsi dan industri halal.

2. Bagi Praktisi

- a. Untuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)
penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada BPJPH tentang bagaimana menetapkan aturan dan menerima dalam penerbitan sertifikasi halal dan label halal yang diajukan oleh bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah agar bisnis lebih memperhatikan aturan yang telah ditetapkan.
- b. Untuk Majelis Ulama Indonesia (MUI)
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan masukan bagi MUI untuk lebih memperhatikan standar dan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal. Tujuannya adalah untuk membuat konsumen lebih percaya dan nyaman saat memilih produk, terutama produk makanan impor.
- c. Untuk Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi kepada BPOM untuk membantu mereka mengawasi dan

memperhatikan bahan dan kandungan yang ada di dalam produk makanan impor.

d. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan penelitian ini akan memberi tahu dan membantu pelaku usaha untuk lebih memahami betapa pentingnya produk halal bagi umat Islam. Ini akan berdampak positif pada peningkatan distribusi dan daya saing.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sertifikasi Halal

2.1.1 Pengertian Sertifikasi Halal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "sertifikasi" berarti "penyertifikatan". Sertifikasi didefinisikan sebagai proses pemberian sertifikasi atau bukti formal sebagai pengakuan yang diberikan organisasi kepada suatu produk. Sertifikasi juga merupakan aturan atau peraturan yang diberikan kepada suatu organisasi. Organisasi memiliki wewenang untuk memberi tahu seseorang bahwa seseorang dapat melakukan pekerjaan tertentu dengan baik. Sertifikasi produk dapat dilakukan secara berkala atau berkala. Sertifikasi dimaksudkan untuk menegaskan dan menunjukkan keaslian produk sehingga dapat diterima oleh semua orang (Rahayuningsih & Ghozali, 2021).

Kata "halal" selalu dikaitkan dengan Islam. Halal biasanya berarti diizinkan atau dibolehkan. Sangat penting bagi masyarakat muslim untuk memperoleh pengetahuan dasar dan memahami produk halal. Semuanya dianggap halal dalam Islam kecuali ada bukti yang mengharamkannya; contohnya adalah daging babi dan minuman keras (khamr) (Kartika, 2020). Selain itu, peraturan pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan pasal 2 ayat 1 “Bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam dan atau di kemasan pangan” (UU No. 69 Tahun 1999, pasal 2).

Bagi orang muslim, sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa mereka dapat mengonsumsi produk yang sesuai dengan syariat Islam dengan aman

(Santika et al., 2021). Pengusaha yang menjual barang mereka di Indonesia sekarang harus memiliki sertifikasi halal sejak Undang-Undang Republik Indonesia No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Mengacu pada data BPS tahun 2019, Pemerintah melalui BPJPH telah memberikan Sertifikasi gratis kepada 3.179 pelaku usaha, dan Mulai Tahun 2021 target program Sertifikasi halal gratis akan ditingkatkan menjadi 15.000 UMK, dengan harapan pada tahun 2024 target jutaan UMK.

Setiap produk kosmetik dan makanan harus memiliki sertifikasi halal dalam hal standar kehalalan. Untuk memastikan bahwa produk tersebut aman dan bermanfaat bagi masyarakat, penelitian tentang sertifikasi standar halal harus dilakukan terlebih dahulu. Sertifikasi halal adalah fatwa yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa produk dapat dimakan. Sertifikasi halal dimaksudkan untuk melindungi pembeli muslim dari barang haram. Label halal MUI adalah syarat untuk label produk.

Semua konsumen muslim memiliki hak untuk mendaftarkan produk usaha mereka untuk mendapatkan sertifikasi halal, agar terjamin perlindungan dari Negara. Dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang “perlindungan konsumen” menyatakan bahwa “konsumen berhak mendapatkan informasi dengan benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa” (UU No. 8 Tahun 1999).

Bisnis yang mengeluarkan produk terbarunya harus memberikan informasi yang akurat dan berstandar MUI. Akibatnya, sertifikasi halal digunakan untuk melindungi pelanggan dari barang ilegal dan memastikan status halalnya. Setelah memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi layak dan aman, setiap

pembeli pasti merasakan ketenangan batin. Untuk menjaga keadaan jiwa dan agama yang damai di dunia, orang yang ingin membeli barang baru atau lama harus mempertimbangkan halalness barang tersebut (Rahayuningsih dan Ghazali, 2021).

2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat digolongkan ke dalam beberapa kategori umum yang biasa disebut literature (Adinda Choirul Umma, Moh. Baharudin, 2023).

1. Kesadaran halal, tingkat pemahaman konsumen tentang konsep halal berpengaruh positif terhadap minat beli
2. Religiusitas, keyakinan dan komitmen agama individu berkontribusi pada keputusan untuk membeli produk halal.
3. Sertifikasi halal, keberadaan sertifikat halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan keamanan produk.
4. Pemasaran halal, strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi minat beli, meskipun efeknya bisa bervariasi

2.1.3 Indikator Sertifikasi Halal

Penelitian yang dilakukan oleh (Ishaq & Prayoga, 2017) indikator sertifikasi halal mencakup beberapa faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Berikut adalah indikatornya:

1. Halal Ketenangan Pikiran Konsumen:

Konsumen merasa tenang dan yakin saat mengonsumsi produk yang bersertifikat halal, yang menunjukkan kepercayaan konsumen terhadap halalness produk.

2. Keterangan Sertifikasi Halal (Logo)

Keberadaan logo halal pada kemasan produk yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah melalui proses sertifikasi dan dinyatakan halal.

3. Legalitas Organisasi Sertifikasi Halal

Organisasi yang melakukan sertifikasi halal harus diakui oleh pemerintah, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI).

2.1.4 Tahapan Proses Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal melibatkan 3 pihak, yaitu BPJPH, LPPOM MUI sebagai lembaga pemeriksa halal (LPH), dan MUI. BPJPH melaksanakan penyelenggaraan jaminan produk halal. LPPOM MUI Melakukan pemeriksaan kecukupan dokumen, penjadwalan audit, pelaksanaan audit, pelaksanaan rapat auditor, penerbitan audit memorandum, penyampaian berita acara hasil audit pada rapat kamisi Fatwa MUI.

MUI melalui komisi Fatwa menetapkan kehalalan produk berdasarkan hasil audit dan menerbitkan keteapan halal MUI. Sebelum melakukan pendaftaran sertifikasi halal, perusahaan harus sudah menerapkan sistem jaminan produk halal (SJPH) yang sesuai dengan regulasi pemerintah.

Untuk penerapan SJPH yang sesuai, perusahaan perlu memahami terlebih dahulu kriteria SJPH yang di persyaratkan dalam proses sertifikasi halal. Tahapan proses sertifikasi halal lebih lanjut dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.1 Proses Tahapan Sertifikasi Halal

Sumber : LPPOM MUI

Pendaftaran sertifikasi halal diawali dengan pengajuan permohonan STTD ke BPJPH. Informasi terkait pengajuan permohonan STTD dan dokumen yang dipersyaratkan oleh BPJPH dapat ditemukan dalam laman www.halal.go.id. Selanjutnya, perusahaan agar memilih LPPOM MUI untuk pemeriksaan kehalalan produk. Pendaftaran ke LPPOM MUI dilakukan secara online menggunakan sistem CEROL-SS23000 melalui website www.e-lppommui.org. Panduan prosedur pendaftaran sertifikasi halal di sistem CEROL-SS23000 dapat dilihat di [sini](#). Di sistem online CEROL-SS23000, perusahaan perlu mengisi data registrasi, data fasilitas, data produk, data bahan, data matriks bahan vs produk, dan mengunggah sejumlah dokumen yang dipersyaratkan. Dokumen yang perlu diunggah oleh perusahaan untuk proses pemeriksaan kehalalan produk lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Ketetapan Halal sebelumnya untuk kelompok produk yang sama (khusus registrasi pengembangan atau perpanjangan).
2. Manual SJH / SJPH (khusus registrasi baru, pengembangan dengan status SJH B, atau perpanjangan).

3. Status/Sertifikat SJH terakhir (khusus registrasi pengembangan dan perpanjangan).
4. Diagram alir proses produksi untuk produk yang didaftarkan (untuk setiap jenis produk).
5. Pernyataan dari pemilik fasilitas produksi bahwa fasilitas produksi yang kontak langsung dengan bahan dan produk (termasuk peralatan pembantu) tidak digunakan secara bergantian untuk menghasilkan produk halal dan produk yang mengandung babi/turunannya atau jika pernah digunakan untuk memproduksi produk yang mengandung babi dan turunannya maka telah dilakukan pencucian 7 kali menggunakan air dan salah satunya dengan tanah, sabun, deterjen atau bahan kimia yang dapat menghilangkan bau dan warna najis.
6. Daftar alamat seluruh fasilitas produksi, termasuk pabrik maklon dan gudang bahan/produk intermediet. Khusus untuk restoran, fasilitas yang diinformasikan perlu mencakup kantor pusat, dapur eksternal, gudang eksternal, dan tempat makan/minum. Khusus untuk produk gelatin, jika bahan baku (kulit, tulang, kerongkongan, bone chips, dan/atau ossein) tidak bersertifikat halal, maka alamat seluruh pemasok bahan baku, juga harus dicantumkan.
7. Bukti diseminasi kebijakan halal.

Bukti kompetensi tim manajemen halal, seperti sertifikat penyelia halal, sertifikat pelatihan eksternal dan/atau bukti pelatihan internal (daftar kehadiran, materi pelatihan dan evaluasi pelatihan). Khusus

registrasi pengembangan fasilitas, diperlukan bukti pelatihan internal di fasilitas baru tersebut.

8. Bukti pelaksanaan audit internal SJH.

Bukti ijin perusahaan seperti: NIB, Surat Izin Usaha Industri, Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), atau Surat Keterangan Keberadaan Sarana Produksi yang diterbitkan oleh perangkat daerah setempat (untuk perusahaan yang berlokasi di Indonesia).

9. Sertifikat atau bukti penerapan sistem mutu atau keamanan produk (bila ada), seperti sertifikat HACCP, GMP, FSSC 22000 untuk pangan, sertifikat laik hygiene sanitasi untuk restoran dan jasa boga, Cara Pembuatan Pangan yang Baik (CPPB), Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB), Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik, dan sebagainya.

10. STTD dari BPJPH



Gambar 2.2 logo halal Indonesia
Sumber Voaindonesia.com

2.2 Kesadaran Halal

2.2.1 Pengertian Kesadaran Halal

Menurut (Ewit & Nurfa, 2024), kesadaran halal didefinisikan sebagai ketika seseorang yang beragama Islam mengetahui tentang informasi tentang produk halal yang sesuai dengan hukum dan syariat Islam. Sesuai dengan ajaran syariah yang didasarkan pada Al-Quran dan Hadist, kesadaran halal juga dapat didefinisikan sebagai pemahaman yang kuat oleh seorang muslim tentang segala hal yang berkaitan dengan halal atau haram dari suatu barang, terutama dalam hal makanan. Seorang muslim tahu bahwa makanan halal dan cara mendapatkan dan membelinya dengan benar. Mereka juga mengutamakan makanan halal (Purnomo et al., 2024). Dalam kehidupan sehari-hari, istilah "halal" sering digunakan untuk makanan dan minuman yang dibeli untuk dikonsumsi menurut syariat Islam. Namun, dalam konteks luas, istilah "halal" merujuk pada segala sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan oleh hukum Islam, termasuk tingkah laku, tindakan, pakaian, dan lainnya (Widyaningrum, 2019).

Dalam mengatur pola konsumsi, agama Islam mewajibkan penganutnya untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang jelas status kehalalannya, baik dari sumbernya, proses pengolahannya, maupun dari produk itu sendiri. Kesadaran halal semakin meningkat di kalangan muslim di negara asal. Muslim harus mempertimbangkan semua aspek produk yang mereka konsumsi (Santi, 2023)).

Kesadaran moral berdampak positif pada keputusan pembelian (Afendi, 2020). Kesadaran halal adalah ketika orang muslim memahami konsep, proses, dan prinsip halal sehingga mereka memprioritaskan makan makanan halal. Jika orang muslim lebih memahami konsep, prosedur, dan prinsip halal, mereka

cenderung lebih cerdas dalam memilih barang yang mereka konsumsi. Kesadaran halal dapat didefinisikan sebagai pemahaman muslim tentang istilah dan proses halal serta anggapan bahwa mengonsumsi makanan halal adalah hal penting baginya (Setyaningsih & Marwansyah, 2019).

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran Halal

Menurut (Rika Widianita, 2023) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kesadaran halal.

1. Keyakinan agama, mempengaruhi pemahaman dan perilaku konsumen terhadap produk halal.
2. Alasan kesehatan, konsumen cenderung memilih produk halal karena dianggap lebih sehat.
3. Media eksposur, pemasaran dan informasi melalui dapat meningkatkan kesadaran halal.

2.2.3 Indikator Kesadaran Halal

Pengukuran variabel kesadaran halal mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh nadila dan luki (2021) Indikator kesadaran halal adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan halal, tingkat pemahaman individu tentang definisi, sumber, dan hukum-hukum yang berkaitan dengan halal.
2. Sikap terhadap produk halal, persepsi dan sikap positif terhadap pentingnya produk halal dalam kehidupan sehari-hari dan pengecekan label halal.
3. Pengaruh lingkungan social yang berdampak pada keluarga, teman, dan komunitas yang mendorong atau mempengaruhi pilihan produk halal.

2.3 Keputusan Pembelian

2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ialah membeli produk ataupun merek yang sangat diminati oleh calon pembeli, namun dua komponen bias terdapat diantara tujuan pembelian dan pilihan pembelian, dapat dikatakan setiap individu memiliki keputusan pembelian yang hamper serupa, meski begitu faktor yang membedakan keputusan antar individu ialah usia, karakter, serta gaya hidup (Mustika Sari & Prihartono, 2021).

Pasar harus memahami bagaimana konsumen memilih dan memutuskan untuk membeli barang sejak mereka membuat keputusan pembelian, sehingga proses tersebut memiliki hubungan dengan penilaian konsumen terhadap produk, pesan produk, dan distribusi biaya dengan konsumen (Suyatno et al., 2023) Proses ini terdiri dari berbagai langkah yang dilakukan secara bertahap sebelum konsumen membuat keputusan. Setiap perusahaan dapat berusaha untuk membuat proses pengambilan keputusan konsumen lebih mudah bagi mereka. (Fatma et al., 2021).

Menurut Kotler, 2018 dalam (Arshita Rahayu, 2022) tahap keputusan pembelian konsumen terdiri dari beberapa tahap yaitu :

a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu kebutuhan yang di picu oleh rangsangan baik internal atau eksternal. Rangsabgan internal mendorong seseorang untuk membeli produk dengan memikirkan kebutuhannya terlebih dahulu, sedangkan rangsangan eksternal mendorong seseorang untuk membeli produk hanya dengan keinginan mereka yang dibutuhkan, bukan kebutuhannya.

b. Pencarian Informasi

Ternyata pelanggan mencari jumlah informasi yang terbatas. Pencarian ini dapat menunjukkan dua tingkat keterlibatan. Seseorang dapat melakukan melakukan pencarian informasi aktif pada tingkat pencarian yang lebih tinggi, yang disebut pencarian tajam.

c. Evaluasi Alternatif

Untuk memahami proses evaluasi, ada beberapa konsep dasar yang dapat digunakan. Pertama, konsumen berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka; Kedua, mereka berusaha mencari keuntungan tertentu dari produk; dan ketiga, mereka melihat produk dengan kemampuan untuk memberikan keuntungan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

d. Keputusan Pembelian

Konsumen mempertimbangkan merek-merek yang paling disukai saat melakukan evaluasi. Selanjutnya, mereka membuat lima keputusan tambahan tentang merek, kuantitas, penyalur, waktu, dan cara pembayaran.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian, pelanggan mungkin merasa tidak puas saat melihat fitur tertentu atau mendengar tentang merek lain. Komunikasi pemasaran memastikan bahwa pelanggan memilih merek yang membuat mereka merasa nyaman. Pemasar bertugas tidak sampai pembelian. Setelah pembelian, pengamatan harus dilakukan untuk memastikan kepuasan pelanggan, upaya tindakan, dan penggunaan produk yang dibeli.

2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat digolongkan ke dalam beberapa kategori faktor umum yang biasa disebutkan dalam literatur (Ummah, 2019)

1. Faktor pribadi, suatu keputusan dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, seperti usia, gaya hidup, kondisi ekonomi, kepribadian, dan konsep diri konsumen yang bersangkutan.
2. Faktor budaya, perilaku manusia dapat dinilai dari lingkungan sekitarnya. Lingkungan yang berbeda akan menimbulkan sikap yang berbeda pula. Oleh karena itu bagi pemasar sangat dapat melihat budaya tersebut, agar dapat menyediakan produk-produk terbaru bagi konsumen.
3. Faktor psikologis, merupakan bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan di masa lampau.
4. Faktor sosial, faktor sosial yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Faktor sosial memiliki beberapa komponen seperti kelompok, keluarga, peran, dan status sosial.

2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Philip, 2021 Kotler dalam (Maryari, 2022) terdapat beberapa indikator dalam keputusan pembelian sebagai berikut :

1. Konsumen dapat membuat keputusan pembelian dengan mencari informasi yang relevan tentang produk, yang menunjukkan adanya keandalan produk tersebut.

2. Faktor yang sangat menarik dalam membuat keputusan pembelian adalah kebiasaan membeli dan mendapatkan rekomendasi supplier yang memberikan informasi penting.
3. Rekomendasi dari orang lain dapat memberikan informasi yang menarik bagi konsumen mendorong mereka untuk melakukan pembelian.
4. Pembelian ulang hal yang sangat penting bagi bisnis karena ada alasan mengapa pelanggan juga membeli produk kembali.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini di sajikan pada table 2.1 sebagai berikut.

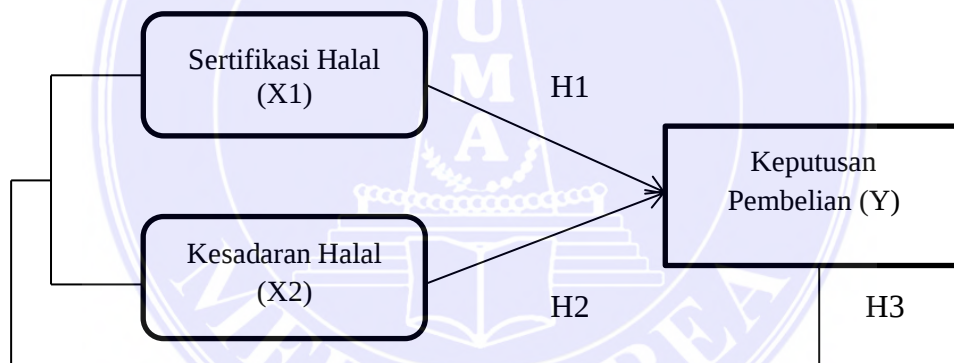
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Öztürk, 2022)	<i>The Effect of Halal Product Knowledge, Halal Awareness, Perceived Psychological Risk and Halal Product Attitude on Purchasing Intention</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal, sikap terhadap produk halal dan resiko psikologi yang dirasakan dari produk halal semakin meningkat serta mengembangkan sikap positif terhadap produk halal. Konsumen dengan pengetahuan halal lebih tinggi merasakan lebih banyak resiko dan lebih khawatir tentang produk halal yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2	(Asqalani Rifai et al., 2022)	Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal dan bahan makanan Halal terhadap keputusan pembelian produk makanan di Era <i>Pandemic Covid19</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal, dan bahan makanan terhadap keputusan Minat beli pada produk makanan.
3.	(Esa et al., 2021)	Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian OriChick di Kota Semarang	Penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian OriChick.

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4.	(Genoveva & Utami, 2020)	<i>The Influence of Brand Image, Halal Label and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic</i>	Hasil penelitian ini yaitu label halal tidak memiliki pengaruh sedangkan variabel <i>halal awareness</i> memiliki pengaruh.
5.	(Vizano et al., 2021)	<i>The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia</i>	Hasil Penelitian adalah meningkatnya <i>Halal Awareness</i> akan meningkatkan <i>Purchase Intention</i> .
6.	(Djakasaputra et al., 2023)	<i>The Influence of Halal Certification, Halal Awareness, and Brand Image on Interest in Buying Halal Food Products: An Empirical Study of Consumers in Indonesia</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk halal, yang berarti memiliki saling keterkaitan.
7.	(Legowati & Ul Albab, 2019)	Pengaruh <i>Attitude</i> , Sertifikasi Halal, Promosi dan <i>Brand</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> di Restoran Bersertifikasi Halal	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>purchase intention</i> di restoran bersertifikasi halal.
8.	(Muhammad Fahmul Iltiham & Nizar, 2020)	Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Bali dan Keputusan Pembelian	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa label halal memiliki pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian namun variabel harga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
9-	(Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, 2021)	Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid19.	Penelitian menunjukkan bahwa variable kesadaran halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
10.	(Alfiansyah, 2024)	<i>Halal Certification, Halal Awareness, and Product Quality: A Three-Way Interaction and its Influence on Purchase Intention for MSME Products</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk memenuhi standar syariah dan aman untuk dikonsumsi. Dengan adanya sertifikasi ini, konsumen lebih cenderung memilih produk yang bersertifikat halal dibandingkan yang tidak.

2.5 Kerangka Konseptual

Konsep yang dikenal sebagai “Kerangka Pikir” mengatur dan menghubungkan berbagai teori dengan factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Dengan menggunakan kerangka berpikir ini, dapat memahami bagaimana teori teori tersebut dapat digunakan untuk menganalisis dan memecahkan masalah saat ini, serta memberikan landasan yang terkuat untuk proses penelitian atau pengambilan keputusan. (Sugiyono, 2021) Kerangka beripikir menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti secara teoritus. Berdasarkan rumusan masalah, maka hubungannya sertifikasi halal, kesadaran halal dan juga keputusan pembelian ditunjukkan pada Gambar 2.1 berikut.



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu alat yang besar dayanya untuk menunjukkan jawaban sementara terhadap permasalahan peneliti, sampai data peneliti terkumpul. (Hafni, 2022) Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru di dasarkan pada teori yang relavan, belum didasarkan fakta fakta empiris yang di peroleh dari pengumpulan data. Berdasarkan pengertian hipotesid, maka hipotesis penelitian adalah :

H1 : Sertifikasi Halal dari produk Tok-Poki Korea berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran halal produk Tok-Poki Korea di Masyarakat Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai.

H2: Kesadaran Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tok-Poki Korea pada Masyarakat Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai.

H3: Sertifikasi Halal dan kesadaran halal bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tok-Poki Korea.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Metode ini menggunakan metode Kuantitatif, menurut pada penelitian (Sugiyono, 2021) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk menelusuri populasi atau sampel tertentu, dengan adanya teknik ini pengambilan sampel yang pada umumnya dilakukan secara random. Pengambilan data menggunakan instrument penelitian, dan analisa data yang bersifat kuantitatif/statistika yang berfungsi untuk menguji hipotesis yang telah di tetentukan

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan masyarakat di Kecamatan Bintang Bayu, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara.

3.1.3 Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini di rencanakan akan berlangsung mulai pada bulan September 2024 sampai dengan Mei 2025. Berikut table jadwal penelitian di bawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Kegiatan	2024 - 2025							
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	April
1.	Observasi Awal								
2.	Pengajuan Judul								
3.	Pembuatan Proposal								
4.	Seminar Proposal								
5.	Pengumpulan Data								
6.	Seminar Hasil								
7.	Sidang Meja Hijau								

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2021) populasi merupakan area umum yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditunjuk oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan. Maka dari itu, objek populasi yang akan diteliti oleh peneliti telah diketahui berdasarkan data kependudukan yang berusia 17-40 tahun di daerah Kecamatan Bintang Bayu, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara, dengan jumlah penduduk 9.310.

3.2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2021) sampel adalah sebagian dari yang dapat digunakan untuk mewakili populasi secara keseluruhan. Namun sampel harus benar mewakili ataupun karakteristik populasi. Sampel dapat diambil dengan berbagai teknik, termasuk *sampling jenuh* (*sensus*), *purposive sampling*, *incidental sampling*, dan lainnya, tergantung pada tujuan dan karakteristik populasi yang diteliti.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel *area sampling* dimana pengambilan anggota populasi yang diteliti atau sumber tersebut sangat luas (Prihastuty, 2023). Untuk teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak dari semua anggota populasi yang sama untuk dipilih sebagai sampel dengan beberapa kriteria yang dimiliki untuk dijadikan sebagai responden antara lain.

1. Responden dalam area Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai.

2. Responden yang berusia 17-40 Tahun.
3. Responden pernah membeli Tok-Poki Korea.

Menurut Slovin untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan rumus.

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

Dimana

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (9.310)

e = Batas toleransi kesalahan (*Error Tolerance*) (10%)

Maka, jumlah sampel yang diperoleh peneliti pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{9.310}{1 + 9.310(0,1)^2} = \frac{9.310}{1 + 93,1} = \frac{9.310}{94,1} = 98,7 = 99$$

Dari Penjumlahan rumus diatas besaran sampel sebesar 98,7 dan dibulatkan sebanyak 99 responden, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 99 orang atau responden yang akan diteliti. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan alat penelitian, data kuantitatif atau statistik yang mengarah pada hipotesis yang diberikan. (Sugiyono, 2021)

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dalam penelitian, yang merinci atau spesifikasikan kegiatan yang diperlukan untuk mengukur atau mengkategorikan variable tersebut. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas dan konsisten tentang variable yang digunakan, sehingga peneliti dapat melakukan penelitian dengan cara yang sama atau serupa. (Gisely, 2021)

Tabel 3.2 Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
1.	Sertifikasi Halal (X1)	Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk, membuatnya layak dikonsumsi. (Rahayuningsih & Ghozali, 2021)	1. Halal ketenangan Pikiran Konsumen 2. Keterangan Sertifikasi Halal (Logo) 3. Legalitas Organisasi Sertifikasi Halal (Ishaq & Prayoga, 2017)	Likert
2.	Kesadaran Halal (X2)	Kesadaran halal adalah ketika seseorang Muslim mengetahui informasi tentang produk halal yang sesuai dengan hukum dan syariat islam. (Ewit & Nurfa, 2024)	1. Pengetahuan halal, tingkat pemahaman individu tentang definisi, sumber, dan hukum-hukum yang berkaitan dengan halal. 2. Sikap terhadap produk halal, persepsi dan sikap positif terhadap pentingnya produk halal dalam kehidupan sehari-hari dan pengecekan label halal. 3. Pengaruh lingkungan social yang berdampak pada keluarga, teman, dan komunitas yang mendorong atau mempengaruhi pilihan produk halal	Likert
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen menentukan produk atau jasa yang akan dibeli. Faktor yang mempengaruhi keputusan ini tidak hanya kualitas produk, tetapi juga label halal yang tertera pada produk tersebut. (Suyatno et al., 2023)	1. Konsumen membuat keputusan pembelian dengan mencari informasi relevan yang menunjukkan keandalan produk. 2. Kebiasaan membeli dan rekomendasi dari supplier menjadi factor menarik dalam pengambilan keputusan. 3. Rekomendasi dari orang lain memberikan informasi yang mendorong konsumen untuk membeli. 4. Pembelian ulang penting bagi bisnis karena menunjukkan alasan pelanggan kembali membeli. (Maryari, 2022)	Likert

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Menurut (Abdussamad, 2021) sumber data adalah objek dari mana data penelitian tersebut diperoleh dikenal sebagai sumber data, sementara itu, dll. Jenis dan sumber data penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang di berikan langsung kepada pengumpulan data, seperti wawancara atau kuisioner. Data primer dalam penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan dengan melakukan penelitian dengan menggunakan kuisioner yang terstruktur melalui Google Form.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diberikan secara tidak langsung kepada pengumpulan data, seperti catatan buku, majalah. Dengan data sekunder yang dilakukan secara tidak langsung dengan dimunculkan dalam penelitian ini yang dilakukan secara tidak langsung dengan dimunculkan dalam penelitian ini yaitu dengan melalui media penghubung seperti buku buku, jurnal, internet serta referensi lainnya yang memiliki keterkaitan yang relavan dengan fenomenanya akan diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2021) teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian karena memiliki tujuan utama dari peneliti yaitu mendapatkan data yang akurat. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa cara, seperti berikut :

1. Pengamatan (*observation*), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
2. Daftar pertanyaan (*Questionnaire*) yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang telah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket

PERTANYAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Teknis Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Kuisisioner diuji validitas dan reabilitas untuk memastikan bahwa itu adalah alat penelitian yang layak. Validitas suatu pengujian menunjukkan seberapa nyata ia mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika pengukur mengukur tujuannya dengan nyata atau benar, pengukur dikatakan valid. Reabilitas menunjukkan bahwa pengukurannya konsisten dan akurat.

a. Uji Validitas

Uji validasi adalah pengujian kemampuan suatu alat penelitian yang telah di nyatakan valid, artinya instrument tersebut dapat mengukur variable yang diukur (Anggraini et al., 2022). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *corrected item – total correlation* atau disebut dengan hitung pada setiap butir pertanyaan terhadap nilai table. Untuk pengajuan validasi instrument,

peneliti menggunakan program *statistical package for the social science for windows* (SPSS), dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $r \geq 0.361$, maka butir instrument tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r < 0.361$, maka butir instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Validitas dilakukan di Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai dengan jumlah responden 30 orang.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Sertifikasi Halal (X1)	X1.1	0,528	0.361	Valid
		X1.2	0,794		Valid
		X1.3	0,728		Valid
		X1.4	0,769		Valid
		X1.5	0,723		Valid
		X1.6	0,507		Valid
2.	Kesadaran Halal (X2)	X2.1	0,426	0.361	Valid
		X2.2	0,484		Valid
		X2.3	0,601		Valid
		X2.4	0,759		Valid
		X2.5	0,784		Valid
		X2.6	0,634		Valid
3	Keputusan Pembelian(Y)	Y1	0,733	0.361	Valid
		Y2	0,717		Valid
		Y3	0,769		Valid
		Y4	0,901		Valid
		Y5	0,902		Valid
		Y6	0,921		Valid

Sumber: data diolah 2025

Pada tabel diatas variabel Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Keputusan Pembelian memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.361) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah alat pengukur untuk mengukur suatu kuisioner yang menjadi indikator variabel atau konstruk (Hafni, 2022). Menurut (Ghozali, 2018:45) Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah

alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut dapat diulang. Alat ukur dikatakan realibel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali kali. Reabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya, dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda. Dengan demikian dapat di nyatakan bahwa butir pertanyaan disebut realibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan bersifat konsisten dari waktu ke waktu.

Penelitian ini dengan menggunakan *one shot* dimana kuisisioner diberikan hanya sekali saaja kepada responden dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar pertanyaan. Pengukuran reabilitasnya menggunakan uji *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala alpha Cronbach 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak realibel.
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliable.
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup realibel.
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliable.
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat realibel.

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur, apakah pengukuran yang digunakan dapat digunakan dan tetap konsisten jika pngukuran tersebut digunakan dengan metode Cronbach's Alpha untuk mengetahui apakah

data tersebut reliabel atau tidak. Jika nilai reliabilitas Cronbach's Alpha $> 0,60$. Maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach' Alpha</i>	Keterangan
Sertifikasi Halal (X1)	0,770	Realibel
Kesadaran Halal (X2)	0,690	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,906	Realibel

Sumber : data diolah (2025)

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0.60 . Dengan demikian variabel (Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Keputusan Pembelian)

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2018) uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Tujuan dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bisa serta konsisten dan memiliki ketepatan estimasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menunjukkan bahwa pengujian yang telah dilakukan telah lolos dari normalitas data, multikolonieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas sehingga pengujian dapat dilakukan analisis regresi linear, Uji asumsi klasik meliputi :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual terdistribusi dengan normal atau tidak, Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *kolmogrov smirnov*. Dengan menggunakan tingkat signifikan 5% maka nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) di atas nilai signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal. Namun jika jauh dari normal, ada beberapa langkah yang bisa dilakukan. Artinya, untuk melakukan transformasi data,

memangkas data outlier, atau menambahkan observasi. Transformasi dapat dilakukan dalam bentuk logaritma natural, akar kuadrat, timbal balik, atau bentuk lainnya, bergantung pada bentuk kurva normal. Hal ini bergantung pada kemiringannya ke kiri atau ke kanan, bergerombol di tengah, atau menyebar ke kiri atau ke kanan (Sintia et al., 2022).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas ditunjukkan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antara variabel bebas atau independen dalam model regresi tersebut. Untuk mengetahui ada dan tidak adanya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance, Inflation Factor)* melalui program SPSS. Nilai umum yang biasa dipakai adalah *Tolerance value* $< 0,1$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance value* $> 0,1$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. (Ghozali, 2011).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika variansi dari residual tetap disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas). Dikatakan bebas dari heteros kalau signifikan $> 0,05$ tetapi kalau $\leq 0,05$ itu telah mengandung masalah heteroskedastisitas (Firsti Zakia Indri & Gerry Hamdani Putra, 2022).

3.6.3 Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan parsial. Untuk mengukur pengaruh variabel independen (Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian).

Model Regresi Linear Berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

X₁ = Variabel Bebas (Sertifikasi Halal)

X₂ = Variabel Bebas (Kesadaran Halal)

a = Konstanta

$\beta_{1,2}$ = Koefisien Regresi

e = Standar Error (Pengamatan)

b. Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan ini dilakukan untuk mengetahui apakah Sertifikasi halal dan Kesadaran halal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada taraf kepercayaan atau uji 0,05 dengan kriteria jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau Sig t < 0,05 terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dan sebaliknya.

2. Uji Parsial (Uji T)

Pegujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu Sertifikasi Halal (X_1), Kesadaran Halal (X_2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikan sebesar 5% atau 0,5. Dengan bentuk pengujian sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. $H_1 : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk menguji hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

H_0 diterima, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $\text{sig } t \geq \alpha (0,05)$

H_1 diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $\text{sig } t < \alpha (0,05)$

3.6.4 Uji Koefisien Determinasi

Uji ini digunakan untuk melihat seberapa besar presentase variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal) menjelaskan variabel dependen (Keputusan Pembelian) dilihat dari semakin besar nilai R^2 , semakin besar variasi keputusan pembelian yang bisa dijelaskan oleh variabel independen.

→ R^2 mendekati 0: Variabel independen kurang menjelaskan variabel dependen.

→ R^2 mendekati 1: Variabel independen sangat menjelaskan variabel dependen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan mengenai pengaruh Sertifikasi halal dan Kesadaran Halal terhadap pembelian produk Tok-Poki Korea, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel Sertifikasi Halal (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Tok-Poki Korea pada masyarakat Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Secara parsial variabel Kesadaran Halal (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Tok-Poki Korea pada masyarakat Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai.
3. Berdasarkan pengujian, menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel Sertifikasi Halal (X1) dan Kesadaran Halal (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Tok-Poki Korea pada masyarakat Bintang Bayu di Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai.
4. Berdasarkan perhitungan uji Koefisien determinasi (R^2) dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,619. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal berpengaruh sebesar 61,9% terhadap keputusan pembelian Tok-Poki Korea pada Masyarakat Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai, sisanya 38,1% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran saya yang dapat diberikan oleh peneliti adalah :

1. Variabel Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Sertifikasi Halal mendapatkan penilaian yang sangat baik dari responden. Namun pada butir pertanyaan “Saya meyakini logo halal sesuai dengan sertifikat halal MUI sudah terdapat pada Produk Topokki Korea saat melakukan Pembelian” dan pada butir pertanyaan “Organisasi yang terdaftar pada Tok-Poki korea secara resmi dengan peraturan yang berlaku untuk lembaga sertifikasi halal”. Berdasarkan jawaban dari responden diharapkan pihak perusahaan lebih detail lagi dalam memberikan Informasi yang cukup akurat dan dipercaya. Perusahaan harus memperhatikan kembali terkait logo halal atau informasi halal agar menjadi evaluasi bagi pihak Tok-Poki. Jika perusahaan telah memperbaiki kekurangan produk, maka akan membuat reputasi produk semakin baik kedepannya dan konsumen akan membeli secara berulang.

2. Variabel Kesadaran Halal

Kesadaran Halal juga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, walaupun mendapatkan nilai yang cukup baik dari responden namun pada butir pertanyaan “Percaya bahwa produk yang sudah berlabel halal menjadi faktor utama yang menunjukkan kehalalan proses pembuatan Tok-Poki” dan pada butir pertanyaan “Saya mencari informasi untuk mengetahui kandungan halal terdapat di Tok-Poki Korea” Berdasarkan

hasil jawaban beberapa responden diharapkan pihak perusahaan untuk lebih jelas lagi dalam memberikan informasi isi kandungan yang ada dalam produk Tok-Poki Korea, karena semakin jelas informasi akan semakin yakin dan aman konsumen untuk membeli.

3. Variabel Keputusan Pembelian

Diharapkan adanya penambahan jumlah sampel yang mencakup beragam demografi, yang sesuai dengan karakteristik fenomena penelitian terkait pembelian Topokk Korea. Selain itu, pengumpulan data yang lebih mendalam melalui wawancara langsung dengan responden diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih bervariasi dan komprehensif dibandingkan dengan metode kuesioner yang digunakan sebelumnya. Dengan cara ini, diharapkan variabel kesadaran halal dapat memberikan dampak yang lebih signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Tok-Poki Korea, sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan perspektif yang lebih luas dan akurat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam memilih produk ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad. (2021). *Metode penelitian kualitatif (Issue 112.)*. CV. Syakir Media. <https://books.google.co.id/books?id=JtKREAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Adi, G. K. H. (2019). Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang). In *Universitas Diponegoro*. <http://eprints.undip.ac.id/81034/>
- adinda choirul umma, Moh. Baharudin, syamsul hilal. (2023). *sertifikasi halal dan kesadaran halal pada minat beli produk makanan*. 4. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/3215>
- Afendi, A. (2020). The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(2), 145–154. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.2.6160>
- Alfiansyah, R. (2024). Halal Certification, Halal Awareness, and Product Quality: A Three-Way Interaction and its Influence on Purchase Intention for MSME Products. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 1315–1324. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.558>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Jurnal Basicedu. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://jbasic.org/index.php/basicedu>
- Aripin Mahdi. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 87(1,2), 149–200. <https://core.ac.uk/download/pdf/196142693.pdf>
- Arshita Rahayu, S. W. (2022). *Pengaruh Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover Di Kota Magelang*. 14–93.
- Asqalani Rifai, M. S., Nurhidayat, W., Prianka, W. G., Salsabila, F. L., & Nabilah, S. S. (2022). Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal dan bahan makanan Halal terhadap keputusan pembelian produk makanan di Era Pandemic Covid-19. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 1563–1576. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i4.2566>
- Djakasaputra, A., Juliana, Aditi, B., Fachrurazi, & Mas'ad, M. A. (2023). The Influence of Halal Certification, Halal Awareness, and Brand Image on Interest in Buying Halal Food Products: An Empirical Study of Consumers in Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 7(2), 103–115. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v7i2.2003>
- Esa, I., Masud, F., & Yusuf Agung Gunanto, E. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan

- Pembelian Orichick di Kota Semarang. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(02), 283. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1316>
- Ewit, & Nurfa. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen dalam Memilih Produk Kosmetik. *Aksioreligia*, 2(1), 13–27. <https://doi.org/10.59996/aksioreligia.v2i1.398>
- Fatma, N., Irfan, N. F., & Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 533–540.
- Firsti Zakia Indri, & Gerry Hamdani Putra. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 236–252. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i2.242>
- Genoveva, G., & Utami, N. N. (2020). the Influence of Brand Image, Halal Label, and Halal Awareness on Customers Purchasing Decision of Halal Cosmetic. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 355. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>
- Ghozali, I. (2011). *Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.pdf* (p. 129).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gisely. (2021). *Kerangka Konsepsional Dan Definisi Operasional*. 33–34.
- Hafni, S. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal INOVATOR Magister Manajemen Pascasarjana UIKA*, 10(2), 138. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index>
- Ishaq, & Prayoga, A. (2017). BERSERTIFIKAT HALAL (HALAL AWARENESS ON PURCHASE INTENTION OF Kesadaran Halal dalam Minat Beli Produk Kue yang Belum Bersertifikat Halal. *Prosiding Seminar Nasional Halal Awareness 2017, July*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30758.68162>
- Kartika, A. F. (2020). Fenomena Label Halal is it a Awareness or Branding. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 87. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.915>
- Legowati, D. A., & Ul Albab, F. N. (2019). Pengaruh Attitude, Sertifikasi Halal,

- Promosi dan Brand terhadap Purchase Intention di Restoran Bersertifikasi Halal. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(1), 39. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v2i1.787>
- Maryari, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 106–118. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Muhammad Fahmul Iltiham, & Nizar, M. (2020). Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Malia (Terakreditasi)*, 11(2), 311–326. <https://doi.org/10.35891/ml.v11i2.2149>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nuha, B. L., & Anwar, M. K. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1118–1127. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4442>
- Öztürk, A. (2022). The Effect of Halal Product Knowledge, Halal Awareness, Perceived Psychological Risk and Halal Product Attitude on Purchasing Intention. *Business and Economics Research Journal*, 13(1), 127–141. <https://doi.org/10.20409/berj.2022.365>
- Prihastuty, D. R. (2023). *BAB VIII SAMPLING PENGANTAR STATISTIK*, 97.
- Purnomo, I. A., Pratikto, H., & Suharsono, N. (2024). The Influence of Halal Certification and Halal Awareness on Purchasing Decisions. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(4), 1567–1578. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v3i4.8861>
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>
- Rika Widianita, D. (2023). Analisis Faktor Pembentuk Kesadaran Halal Dan Niat Beli Mahasiswa Islam Muslim Di Pulau Jawa Pada Produk Makanan Dan Minuman Halal. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Santi, 2023. (2023). *Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian P R O D U K M I E S a M Y a N G K O R E a (Studi Pada Generasi Milenial Kecamatan Medan Marelan)*.

- Santika, E. D., Ramdan, A. M., & Danial, D. M. (2021). Peran Kesadaran Halal dan Efektivitas Iklan Youtube Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Sariayu. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 172. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i1.30638>
- Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1521. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i4.1185>
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi'ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>
- Sintia, I., Pasarella, M. D., & Nohe, D. A. (2022). Perbandingan Tingkat Konsistensi Uji Distribusi Normalitas Pada Kasus Tingkat Pengangguran di Jawa. *Prosiding Seminar Nasional Matematika, Statistika, Dan Aplikasinya*, 2(2), 322–333.
- Sugiyono. (2021). Buku Metode Penelitian. In *Metode Penelitian Komunikasi*.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Suyatno, A., Sukardi, K., Tontong, S., Hakim, I., & Asdi, A. (2023). Intervensi Pembeli Terhadap Labelisasi Halal dan Kualitas Produk: Literature Review. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 1257–1269. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.5085>
- Ummah, M. S. (2019). Faktor Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Di BukaLapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDIKSHA. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., & Fahlevi, M. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441–453. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441>
- Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 74. <https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>

Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(01), 35–48.





LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TOK-POKI KOREA DI KECAMATAN BINTANG BAYU KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

Yth. Bapak/ibu/saudara/i, Dalam rangka pengumpulan data penelitian karya ilmiah tugas akhir, saya memohon Bapak/ibu/saudara/I berkenan untuk berpartisipasi mengisi kuisioner yang diberikan dibawah ini :

A. Data Responden :

Nama : _____

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ 15-20 Tahun ☐ 21-25 Tahun
☐ 26-30 Tahun ☐ 31-35 Tahun
☐ 36-40 Tahun

Pekerjaan : ☐ Mahasiswa/Pelajar ☐ Pegawai Negeri
☐ Karyawan Swasta ☐ Lainnya

Pembelian : ☐ 1 kali ☐ >1kali

B. Petunjuk Pengisian

Berila tanda centang (✓) Pada pertanyaan yang ada dibawah ini sesuai penilaian anda.

Keterangan :

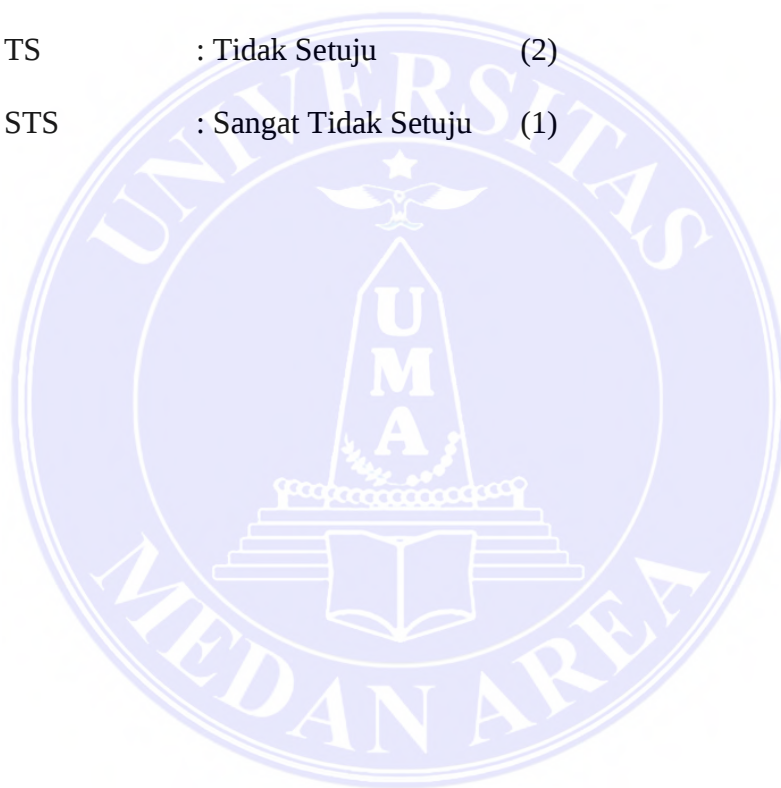
SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

KS : Kurang Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)



C. Daftar Pertanyaan

1. Variabel Sertifikasi Halal (X1)

No.	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Halal Ketenangan Pikiran Konsumen						
1.	Dengan adanya logo halal saya merasa tenang dalam melakukan pembelian Tok-Poki Korea.					
2.	Jika terdapat logo halal saya percaya terjamin kehalalannya					
Keterangan Sertifikasi Halal (Logo)						
3.	Saya hanya yakin logo halal dari MUI dalam pembelian produk Tok-Poki Korea.					
4.	Saya meyakini logo halal sesuai dengan sertifikasi halal MUI sudah terdapat pada produk Tok-Poki Korea saat melakukan pembelian.					
Legalitas Organisasi Sertifikasi Halal						
5.	Organisasi yang didaftarkan pada produk Tok-Poki Korea secara resmi dengan peraturan yang berlaku untuk lembaga sertifikasi halal.					
6.	Prosedur yang digunakan Tok-Poki Korea dalam sertifikasi halal sesuai dengan standar yang diatur dalam peraturan nasional atau internasional.					

2. Variabel Kesadaran halal (X2)

No.	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Pemahaman tentang Konsep, Sumber, dan Hukum Halal						
1.	Saya memahami proses sertifikasi halal.					
2.	Penting bagi saya untuk memastikan bahwa Tok-Poki Korea yang saya beli tidak mengandung bahan-bahan haram.					
Sikap dan Persepsi terhadap Produk Halal						
3.	Sebelum mengonsumsi makanan impor penting untuk memastikan bahwa Tok-Poki Korea sesuai dengan prinsip agama saya.					
4.	Percaya bahwa produk yang sudah berlabel halal menjadi faktor utama yang menunjukkan kehalalan bahan baku dan proses pembuatan Tok-Poki Korea.					
Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Pilihan Produk Halal						
5.	Saya mencari informasi untuk mengetahui kandungan halal yang terdapat di Tok-Poki Korea..					
6.	Lingkungan social secara tidak langsung mempengaruhi saya untuk memilih produk halal dalam setiap kesempatan, termasuk saat membeli					

	Tok-Poki Korea.					
--	-----------------	--	--	--	--	--

3. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Kemantapan Produk						
1.	Sudah mencari informasi kehalalan Tok-Poki Korea dan merasa mantap pada produk Tok-Poki Korea untuk melakukan pembelian.					
Kebiasaan Membeli						
2.	Mendapatkan rekomendasi dari <i>supplier</i> /toko untuk melakukan pembelian.					
3.	Sebelum melakukan pembelian saya mencari kehalalan Tok-Poki Korea.					
Rekomendasi dari Orang Lain						
4.	Saya melakukan pembelian Tok-Poki Korea dari rekomendasi orang lain.					
Pembelian Ulang						
5.	Saya berminat membeli ulang produk Topoki Korea					
6.	Saya tidak ragu mengajak orang lain dalam melakukan pembelian produk Tok-Poki Korea.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden X1

Tabulasi Data 99 Responden

Responden	Variabel Sertifikasi Halal (X1)						
	ITEM						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	4	4	4	4	25
3	4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	5	5	4	5	27
5	4	5	4	5	4	4	26
6	4	5	4	4	5	5	27
7	5	4	5	4	5	5	28
8	4	4	4	5	5	5	27
9	4	5	5	5	4	5	28
10	4	4	5	4	5	5	27
11	3	2	3	3	3	4	18
12	4	5	5	5	5	5	29
13	5	5	4	4	5	5	28
14	4	4	5	4	5	4	26
15	5	5	4	4	4	5	27
16	4	5	5	5	5	4	28
17	4	5	5	5	5	4	28
18	4	5	5	5	5	4	28
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	5	5	4	5	4	27
21	4	4	5	5	5	4	27
22	4	4	3	3	3	4	21
23	4	4	4	4	4	4	24
24	5	5	4	4	4	5	27
25	5	5	4	5	4	5	28
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	4	5	4	4	4	26
28	5	5	4	4	4	5	27
29	5	4	5	4	4	4	26
30	5	5	5	5	4	5	29
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	4	3	4	4	5	25
33	5	4	5	5	5	5	29
34	5	4	4	5	5	5	28
35	5	4	5	5	4	5	28
36	5	4	5	4	4	5	27
37	5	4	4	5	5	5	28
38	5	5	4	5	5	4	28
39	5	5	4	5	5	5	29
40	5	5	5	5	5	5	30
41	4	4	5	4	5	4	26
42	4	4	5	5	4	5	27
43	4	4	4	5	5	4	26
44	5	4	4	5	4	4	26
45	5	4	4	5	4	5	27
46	4	4	5	5	5	5	28
47	5	4	5	4	5	5	28
48	5	4	4	5	4	5	27

Responden	Variabel Sertifikasi Halal (X1)						
	ITEM						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
49	5	4	4	4	5	5	27
50	5	4	5	5	4	5	28
51	4	4	5	5	5	5	28
52	4	3	5	4	5	5	26
53	5	4	5	5	5	5	29
54	5	4	4	4	5	5	27
55	5	4	4	4	5	5	27
56	4	4	3	5	5	5	26
57	4	5	5	5	5	5	29
58	4	4	5	5	5	5	28
59	4	4	4	5	5	5	27
60	5	5	4	5	5	5	29
61	4	5	5	4	5	5	28
62	5	5	5	4	5	5	29
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	4	29
65	4	4	5	5	5	4	27
66	4	4	4	5	4	4	25
67	5	4	4	5	4	4	26
68	4	5	5	5	5	4	28
69	4	5	5	5	5	5	29
70	5	5	4	5	5	5	29
71	5	5	5	5	5	4	29
72	5	4	5	5	5	4	28
73	5	5	5	5	4	4	28
74	5	4	4	5	5	5	28
75	5	4	3	5	4	4	25
76	4	4	5	5	5	3	26
77	5	5	5	5	5	4	29
78	5	4	4	5	5	5	28
79	4	5	5	5	5	4	28
80	5	5	4	5	5	4	28
81	5	5	5	5	5	4	29
82	4	5	4	5	5	4	27
83	4	5	5	5	4	5	28
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	5	5	4	26
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	4	5	5	5	5	29
88	5	5	4	4	5	5	28
89	5	4	4	5	4	5	27
90	5	5	5	5	4	5	29
91	4	5	5	5	5	4	28
92	5	4	5	5	4	5	28
93	5	5	5	4	4	5	28
94	4	5	4	5	5	5	28
95	4	4	4	4	4	5	25
96	5	4	5	4	5	5	28
97	5	4	5	5	5	5	29
98	4	5	4	5	4	5	27
99	5	5	4	4	4	4	26

Tabulasi Data 99 Responden X2

Responden	Variabel Kesadaran Halal (X2)						
	ITEM						Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	5	5	4	4	4	26
2	4	5	4	5	5	5	28
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	4	5	29
6	4	4	5	5	4	5	27
7	5	4	4	4	5	5	27
8	5	4	5	5	4	5	28
9	5	4	5	4	4	4	26
10	4	4	5	5	5	5	28
11	4	4	3	3	3	3	20
12	4	5	4	5	5	5	28
13	4	4	5	5	4	4	26
14	5	5	5	5	5	4	29
15	4	5	5	4	5	5	28
16	4	4	5	5	4	4	26
17	5	4	4	4	5	5	27
18	5	5	5	4	5	4	28
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	5	5	5	5	4	28
21	5	5	4	4	5	4	27
22	4	5	5	3	4	3	24
23	4	4	4	3	4	4	23
24	4	5	5	5	5	5	29
25	4	5	5	4	4	5	27
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	5	5	4	5	5	28
28	4	4	4	3	3	5	23
29	5	4	4	5	4	4	26
30	5	5	4	4	4	5	27
31	5	4	4	4	5	4	26
32	4	4	4	4	4	5	25
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	5	4	5	5	29
35	5	5	4	4	4	4	26
36	4	5	5	4	5	5	28
37	4	5	4	5	4	5	27
38	4	5	5	4	5	5	28
39	5	5	5	4	5	5	29
40	4	4	5	5	5	5	28
41	5	4	5	4	5	5	28
42	4	4	4	4	5	5	26
43	4	4	4	5	4	5	26
44	4	4	4	4	5	5	26
45	4	4	5	4	5	4	26
46	5	5	4	5	5	4	28
47	5	4	5	4	4	5	27
48	5	4	5	3	4	4	25
49	4	4	4	3	4	5	24
50	5	5	5	4	4	4	27

Responden	Variabel Kesadaran Halal (X2)						
	ITEM						Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
51	4	4	5	5	5	4	27
52	3	5	4	5	3	4	24
53	5	5	4	5	5	5	29
54	4	5	5	5	4	5	28
55	4	4	4	4	5	5	26
56	4	5	4	5	4	5	27
57	4	4	5	4	5	4	26
58	4	4	4	5	5	4	26
59	3	4	4	3	4	4	22
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	4	4	5	4	5	27
62	5	4	5	4	4	4	26
63	5	4	4	5	4	5	27
64	4	4	5	5	5	5	28
65	4	4	5	5	4	4	26
66	5	4	5	5	5	4	28
67	5	5	4	4	5	4	27
68	4	5	4	5	5	5	28
69	5	4	5	4	5	5	28
70	4	5	5	4	5	5	28
71	5	5	5	4	5	5	29
72	5	5	4	4	5	5	28
73	5	4	5	5	5	5	29
74	4	5	4	4	5	4	26
75	5	4	4	4	4	4	25
76	4	4	5	4	5	4	26
77	4	5	5	5	5	4	28
78	4	4	4	4	5	4	25
79	5	4	4	4	4	5	26
80	5	4	4	4	5	5	27
81	5	4	4	5	4	4	26
82	5	4	5	5	4	5	28
83	4	5	4	4	4	5	26
84	4	4	5	5	5	5	28
85	5	4	5	5	5	4	28
86	4	4	5	5	4	5	27
87	5	4	4	5	5	5	28
88	5	4	5	5	5	5	29
89	4	4	5	5	5	5	28
90	5	5	5	5	5	4	29
91	5	4	5	4	5	4	27
92	5	4	4	5	5	4	27
93	5	4	4	4	4	5	26
94	4	4	5	5	5	5	28
95	5	3	4	4	5	4	25
96	5	5	4	4	5	5	28
97	5	5	4	5	4	5	28
98	5	5	4	5	4	5	28
99	4	4	4	5	4	4	25

Tabulasi Data 99 Responden Y

Responden	Variabel Keputusan Pembelian (Y)						
	ITEM						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
1	5	4	4	4	5	4	26
2	5	5	5	5	4	5	29
3	5	5	5	4	5	5	29
4	5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	5	4	3	4	24
6	4	5	5	5	5	5	29
7	4	5	4	5	4	4	26
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	4	4	4	5	27
10	5	4	5	5	5	5	29
11	3	3	2	2	2	3	15
12	4	4	5	5	5	5	28
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	3	4	4	4	4	23
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	5	5	5	5	28
17	5	4	5	4	4	4	26
18	5	5	4	5	4	5	28
19	5	4	5	5	5	5	29
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	4	5	4	4	4	26
22	4	3	4	4	3	3	21
23	4	4	4	4	5	5	26
24	4	3	4	3	3	3	20
25	5	4	4	5	5	5	28
26	5	5	4	5	4	4	27
27	5	4	5	5	5	5	29
28	4	3	3	3	2	2	17
29	4	3	4	3	3	3	20
30	4	5	4	3	3	3	22
31	5	5	5	5	5	4	29
32	5	5	5	4	4	4	27
33	5	5	4	5	5	5	29
34	4	3	4	4	5	4	24
35	5	4	4	4	5	5	27
36	5	4	3	4	4	5	25
37	4	5	4	5	5	5	28
38	4	4	4	4	3	3	22
39	4	3	3	3	3	3	19
40	4	3	4	4	3	2	20
41	5	3	4	5	5	5	27
42	5	4	5	4	4	5	27
43	4	5	4	4	4	4	25
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	5	5	5	5	5	29
46	5	5	4	5	4	4	27
47	5	4	5	4	4	4	26
48	4	4	4	4	5	4	25
49	4	4	5	4	5	5	27
50	5	4	5	4	5	4	27

Responden	Variabel Keputusan Pembelian (Y)						
	ITEM						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
51	5	4	4	4	4	5	26
52	4	4	4	5	5	4	26
53	5	5	5	5	4	4	28
54	4	4	5	5	5	5	28
55	5	5	4	5	5	5	29
56	5	5	4	4	4	5	27
57	5	5	5	3	4	3	25
58	4	5	4	3	4	4	24
59	4	3	4	3	3	3	20
60	5	5	5	5	5	4	29
61	4	4	4	5	5	5	27
62	5	5	4	4	4	5	27
63	5	5	4	4	5	5	28
64	5	4	5	5	5	4	28
65	4	4	5	4	5	5	27
66	4	5	5	4	5	5	28
67	5	4	5	5	4	5	28
68	4	4	4	5	4	5	26
69	5	4	5	4	4	4	26
70	4	4	4	4	5	4	25
71	5	4	5	5	5	4	28
72	5	5	4	5	4	4	27
73	5	4	4	5	4	5	27
74	4	3	4	3	3	3	20
75	5	4	3	4	3	3	22
76	4	4	5	3	5	4	25
77	5	5	4	5	5	5	29
78	3	3	4	3	4	3	20
79	4	5	4	4	4	4	25
80	5	4	5	4	4	5	27
81	5	4	4	5	4	5	27
82	5	4	4	5	4	5	27
83	4	4	5	4	5	5	27
84	4	5	5	5	5	5	29
85	4	4	4	5	5	5	27
86	4	4	5	5	5	4	27
87	4	4	5	5	4	4	26
88	5	4	5	4	5	4	27
89	5	5	4	4	5	5	28
90	5	4	5	5	5	4	28
91	5	4	5	4	5	5	28
92	4	4	5	4	4	4	25
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	5	4	5	5	27
95	4	4	4	4	5	4	25
96	5	4	4	4	4	4	25
97	5	4	5	4	5	5	28
98	5	4	4	4	5	5	27
99	5	3	5	5	4	5	27

Lampiran 3 Hasil Output Penelitian

Uji Validitas Variabel Sertifikasi Halal (X)

		Correlations						
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	.449*	.194	.118	.078	.389*	.528**
	Sig. (2-tailed)		.013	.303	.534	.681	.034	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.449*	1	.361*	.569**	.444*	.351	.794**
	Sig. (2-tailed)	.013		.050	.001	.014	.057	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.194	.361*	1	.617**	.656**	.054	.728**
	Sig. (2-tailed)	.303	.050		<.001	<.001	.776	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.118	.569**	.617**	1	.514**	.242	.769**
	Sig. (2-tailed)	.534	.001	<.001		.004	.197	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.078	.444*	.656**	.514**	1	.178	.723**
	Sig. (2-tailed)	.681	.014	<.001	.004		.345	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	.389*	.351	.054	.242	.178	1	.507**
	Sig. (2-tailed)	.034	.057	.776	.197	.345		.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.528**	.794**	.728**	.769**	.723**	.507**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001	<.001	<.001	<.001	.004	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Uji Validitas Kesadaran Halal (X2)

		Correlations						
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	.009	.016	.225	.267	.166	.426*
	Sig. (2-tailed)		.962	.932	.231	.154	.381	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	.009	1	.275	.113	.442*	.102	.484**
	Sig. (2-tailed)	.962		.142	.551	.014	.593	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	.016	.275	1	.463*	.309	.184	.601**
	Sig. (2-tailed)	.932	.142		.010	.097	.330	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	.225	.113	.463*	1	.485**	.424*	.769**
	Sig. (2-tailed)	.231	.551	.010		.007	.019	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	.267	.442*	.309	.485**	1	.395*	.784**
	Sig. (2-tailed)	.154	.014	.097	.007		.031	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	.166	.102	.184	.424*	.395*	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.381	.593	.330	.019	.031		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.426*	.484**	.601**	.769**	.784**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.007	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	TOTAL
Y01	Pearson Correlation	1	.521**	.527**	.592**	.572**	.563**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.003	.003	<.001	<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y02	Pearson Correlation	.521**	1	.390*	.582**	.491**	.609**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.003		.033	<.001	.006	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y03	Pearson Correlation	.527**	.390*	1	.655**	.644**	.624**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.003	.033		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y04	Pearson Correlation	.592**	.582**	.655**	1	.791**	.805**	.901**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y05	Pearson Correlation	.572**	.491**	.644**	.791**	1	.884**	.902**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.006	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y06	Pearson Correlation	.563**	.609**	.624**	.805**	.884**	1	.921**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.733**	.717**	.769**	.901**	.902**	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Variabel Sertifikasi Halal (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	22.4000	5.007	.334	.777
X02	22.3000	3.941	.649	.696
X03	22.3000	4.286	.569	.721
X04	22.4000	4.179	.630	.704
X05	22.3667	4.309	.563	.722
X06	22.2333	5.151	.333	.775

Uji Reabilitas Variabel Kesadaran Halal (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	66.7
	Excluded ^a	15	33.3
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.690	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	22.6000	4.317	.216	.706
X02	22.5000	4.190	.284	.689
X03	22.4333	3.840	.404	.655
X04	22.6667	3.057	.572	.591
X05	22.6000	3.214	.630	.573
X06	22.5333	3.637	.416	.652

Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	66.7
	Excluded ^a	15	33.3
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

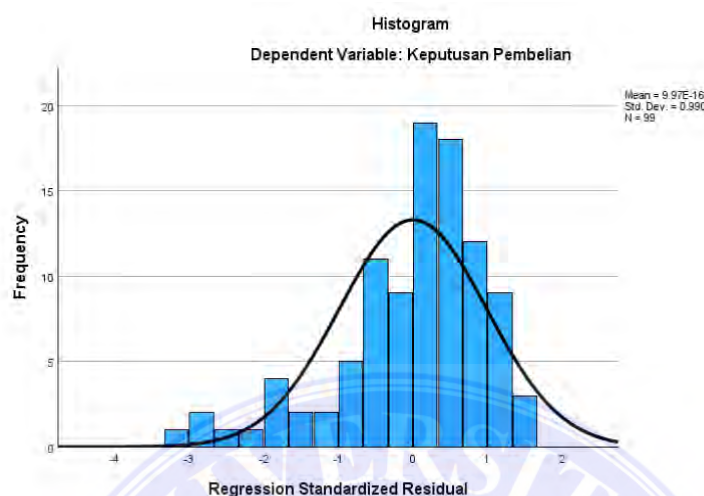
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	6

Item-Total Statistics

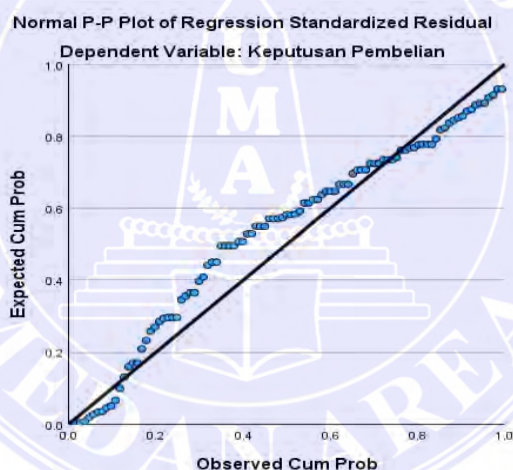
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	21.0000	11.862	.652	.904
Y02	21.3000	11.252	.602	.909
Y03	21.1333	11.085	.676	.899
Y04	21.2000	9.752	.846	.873
Y05	21.3333	9.195	.838	.876
Y06	21.2000	9.407	.872	.869

Hasil Output Uji Asumsi Klasik

a. Grafik Histogram



b. Grafik Normality Probability Plot



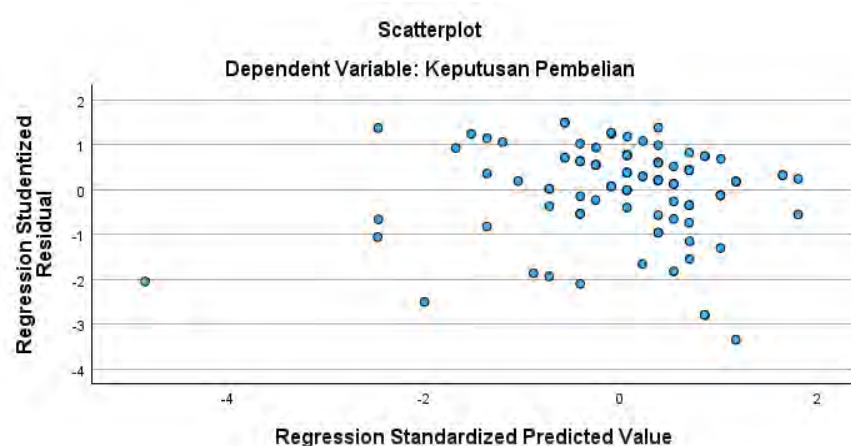
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Sertifikasi Halal	.755	1.325
Kesadaran Halal	.755	1.325

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Heterokedasitas



Hasil Output Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.549	1.914		1.332	.186
	Sertifikasi Halal	.214	.069	.223	3.104	.003
	Kesadaran Halal	.648	.071	.658	9.169	<.001

a. Dependent Variable: Y1

Hasil Output Uji Hipotesis (Uji f)

		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181.145	2	90.572	80.758	<.001 ^b
	Residual	107.667	96	1.122		
	Total	288.811	98			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal

Hasil Output Uji Hipotesis (Parsial t)

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.549	1.914		1.332
	Sertifikasi Halal	.214	.069	.223	3.104
	Kesadaran Halal	.648	.071	.658	9.169
					<.001

a. Dependent Variable: Y1

Hasil Output Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.627	.619	1.059

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Halal , Sertifikasi Halal

Lampiran 4 Surat Izin Riset Oleh Universitas Medan Area



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 42402994, Medan 20122
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website: uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 4240 / FEB / 01.1/ X /2024 31 Oktober 2024
 Lamp : -
 Perihal : Surat Izin Pra-Riset

Kepada Yth,
Kantor Camat Kecamatan Bintang Bayu Kab. Serdang Bedagai

Dengan hormat,

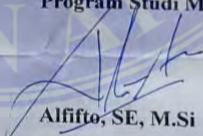
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

Nama : Siti Fadiyah
 NPM : 218320143
 Program Studi : MANAJEMEN
 Judul : **Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Topokki Korea (Studi Pada Generasi Z Kecamatan Bintang Bayu)**

Untuk diberi izin mengambil data pada Instansi yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

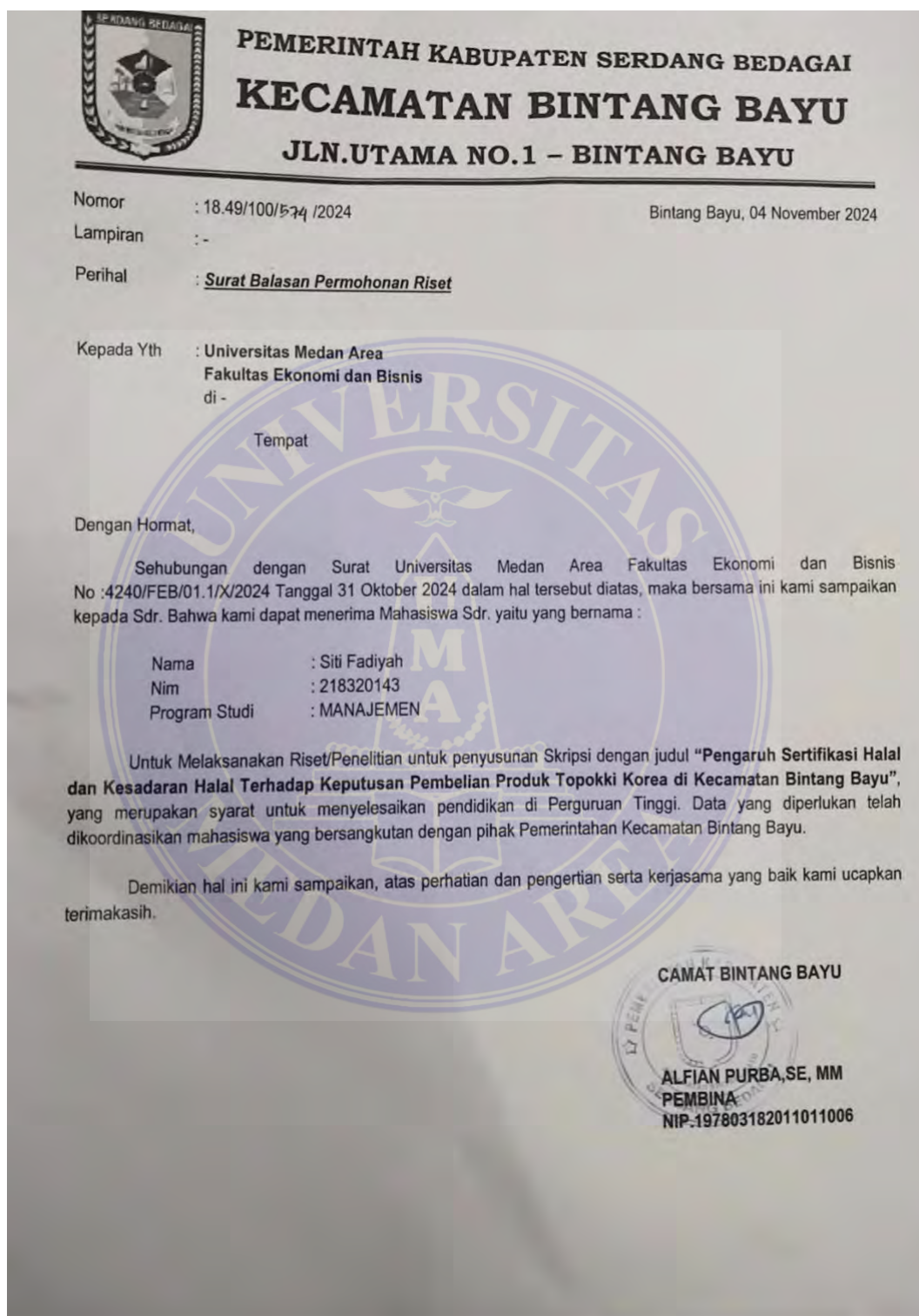
Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

A.n Kaprodi
Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi
Program Studi Manajemen

Alfito, SE, M.Si

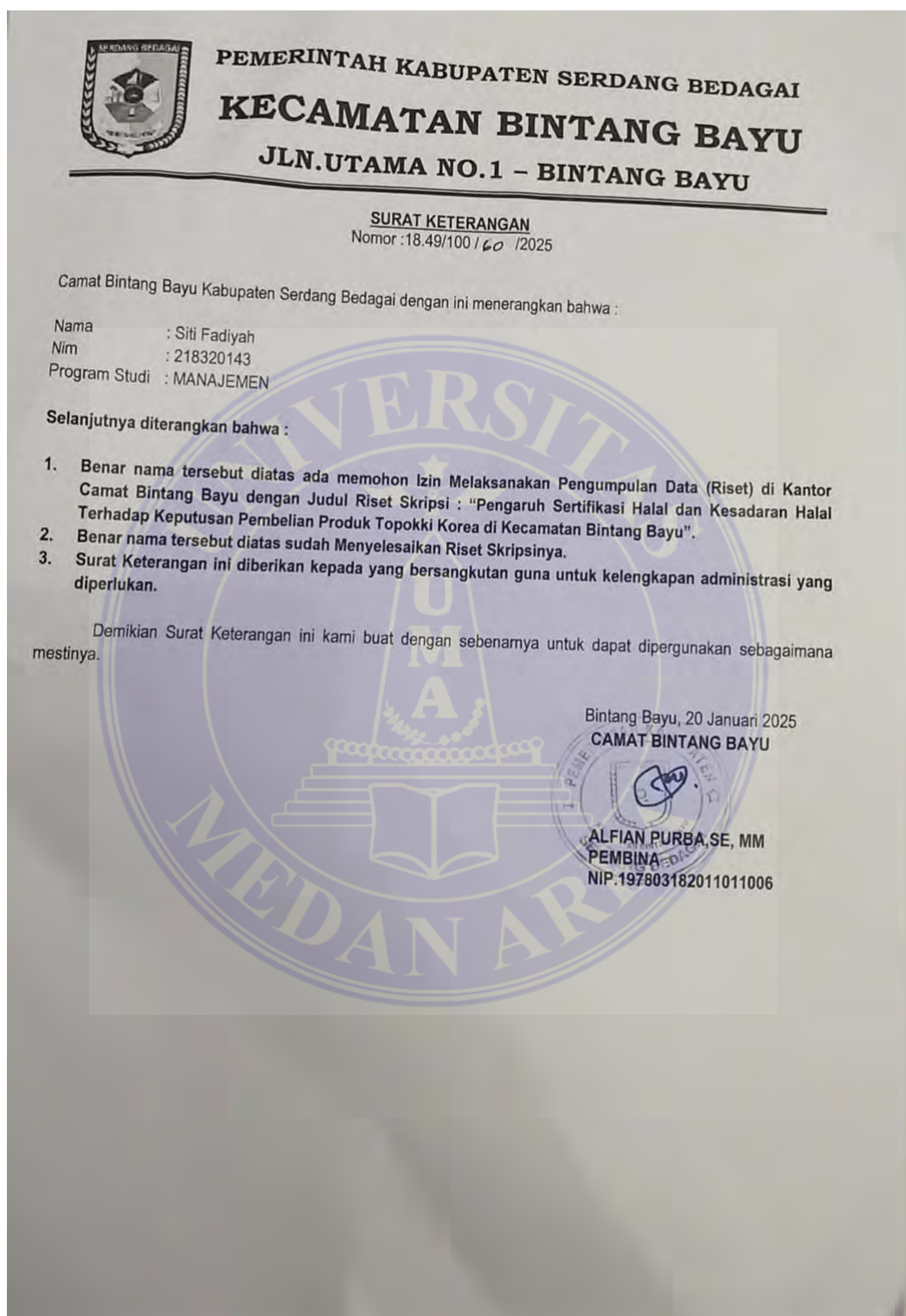
Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

Lampiran 5 Surat Balasan Izin Riset



Lampiran 6 Surat Izin Riset



PEMERINTAH KABUPATEN SERDANG BEDAGAI
KECAMATAN BINTANG BAYU
JLN.UTAMA NO.1 – BINTANG BAYU

SURAT KETERANGAN
 Nomor : 18.49/100 / 60 / 2025

Camat Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Siti Fadiyah
 Nim : 218320143
 Program Studi : MANAJEMEN

Selanjutnya diterangkan bahwa :

1. Benar nama tersebut diatas ada memohon Izin Melaksanakan Pengumpulan Data (Riset) di Kantor Camat Bintang Bayu dengan Judul Riset Skripsi : "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Topokki Korea di Kecamatan Bintang Bayu".
2. Benar nama tersebut diatas sudah Menyelesaikan Riset Skripsinya.
3. Surat Keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan guna untuk kelengkapan administrasi yang diperlukan.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bintang Bayu, 20 Januari 2025
CAMAT BINTANG BAYU
 ALFIAN PURBA, SE, MM
 PEMBINA
 NIP.197803182011011006