

**HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN TENTANG
PANGAN HALAL TERHADAP SIKAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HALAL PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG**



**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS ILMU KEPERAWATAN DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG**

2016

HALAMAN JUDUL

HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN TENTANG PANGAN HALAL TERHADAP SIKAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG



**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS ILMU KEPERAWATAN DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi

: Hubungan Tingkat Pengetahuan Tentang Pangan
Halal Terhadap Sikap Keputusan Pembelian
Produk Halal pada Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Semarang

Nama

: Tati Musdyaningwati

NIM

: G2D012005

Prodi

: Teknologi Pangan

Tanggal Lulus

: 9 Mei 2016

Menyetujui

Komisi pembimbing

Dosen Pembimbing I

Agus Suyanto, S.TP.M.Si.

NIK. 28.6.1026.207

Dosen Pembimbing II

Muh Yusuf, M.Si, PhD.

NIK.28.6.1026.082

Mengetahui,



HALAMAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	: Hubungan Tingkat Pengetahuan Tentang Pangan Halal Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang
Nama	: Tati Musdyaningwati
NIM	: G2D012005
Prodi	: Teknologi Pangan
Tanggal Lulus	: 9 Mei 2016

Mengetahui,
Komisi Pembimbing

Dosen Pembimbing I

Agus Suyanto, S.TP., M.Si.
NIK. 28.6.1026.207

Dosen Pembimbing II

Muh Yusuf, PhD
NIK.28.6.1026.082

**SURAT PERNYATAAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Yang bertandatangan dibawah ini :

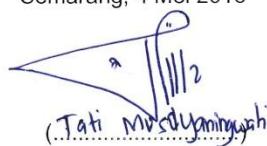
Nama : Tati Musdyaningwati
NIM : G2D012005
Fakultas : Fakultas Ilmu Keperawatan dan Kesehatan
Program Studi : S1 Teknologi Pangan
Jenis Publikasi : Skripsi
Judul : Hubungan Tingkat Pengetahuan Tentang Pangan Halal Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang
Email : tatimusdyaningwati2201@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk :

1. Memberikan hak bebas royalti kepada perpustakaan Unimus atas penulisan karya ilmiah saya, demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan / mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan Unimus, tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan Unimus, dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta daerah !:arya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagai mestinya.

Semarang, 4 Mei 2016



(Tati Musdyaningwati)

**SURAT PERNYATAAN
BEBAS PLAGIARISME**

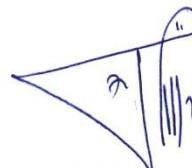
Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi ini adalah karya sendiri dan disusun tanpa tindakan plagiarism sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Semarang.

Nama : Tati Musdyaningwati
NIM : G2D012005
Fakultas : Fakultas Ilmu Keperawatan dan Kesehatan
Program Studi : S1 Teknologi Pangan
Jenis Publikasi : Skripsi
Judul : Hubungan Tingkat Pengetahuan Tentang Pangan Halal
Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal
Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah
Semarang

Email : tatimusdyaningwati2201@gmail.com

Jika dikemudian hari ternyata saya melakukan tindakan plagiarism, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Muhammadiyah Semarang.

Semarang, April 2016



(Tati Musdyaningwati)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Persembahan skripsi ini khusus untuk :

1. Allah SWT atas ridho yang diberikan
2. Kedua orang tua tercinta (Bpk Musmanto dan Ibu Triwanti) sebagai wujud terimakasih telah memberikan dukungan dan doa restu selama ini.
3. Saudara tersayang (Siwi Musdyaningwati) dan Achmad Safari) yang memberikan dukungan.
4. Teman-teman (Sholekah, Mega, Bima, Arsyi, Ranum, Siti, Ilva, Nita, Putri, Gia, Pristi, Shella dan Dessy) yang telah memberikan semangat menyelesaikan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan anugerah dan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Hubungan Tingkat Pengetahuan Tentang Pangan Halal Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.**

Penyusunan skripsi ini merupakan tugas dari Universitas Muhammadiyah Semarang untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat S1 Teknologi Pangan. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Siti Aminah, S.TP,M.Si, selaku ketua Program Studi Teknologi Pangan Universitas Muhammadiyah Semarang yang telah memberikan wacana terhadap pangan halal.
2. Agus Suyanto, S.TP,M.Si, selaku dosen pembimbing I.
3. Muh Yusuf, M.Si, PhD selaku dosen pembimbing II.
4. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil dari penelitian ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam tujuan menambah wawasan dan pengetahuan kita untuk lebih kritis dalam memilih produk pangan. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini, maka dari ini penulis menerima saran dan kritik yang dapat membangun penelitian ini menjadi lebih baik. Wasalamualaikum Wr Wb.

Semarang,

Tati Musdyaningwati

ABSTRAK

TATI MUSDYANINGWATI. Hubungan Tingkat Pengetahuan Tentang Pangan Halal Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang. Dibimbing oleh AGUS SUYANTO dan MUH YUSUF

Pangan halal adalah makanan yang disajikan untuk dikonsumsi atau terkait dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Dengan berkembangnya proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan mengharuskan para konsumen untuk lebih kritis dalam mengambil keputusan sebelum membeli produk pangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal dengan populasi sampel Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang. Menggunakan dua variabel penelitian yaitu variabel independen tingkat pengetahuan pangan halal dan dependen sikap keputusan pembelian produk halal. Desain dalam penelitian adalah deskriptif kuantitatif dengan metode pendekatan *cross sectional*. Alat bantu menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan dua tahapan yaitu univariat dan bivariat (Regresi Linier Sederhana). Hasil penelitian diketahui indeks pengetahuan mahasiswa tentang pangan halal adalah 1407 memiliki arti cukup dan nilai indeks sikap yang positif yaitu 2,40. Berdasarkan hasil uji Regresi Linier Sederhana menunjukkan nilai korelasi (r) 3,20 yang artinya hubungan antara pengetahuan dengan sikap adalah cukup dengan nilai p value $0,001 < 0,05$. Kesimpulan adanya pengaruh hubungan bernilai positif antara pengetahuan dan sikap dengan pola diagram naik keatas kanan.

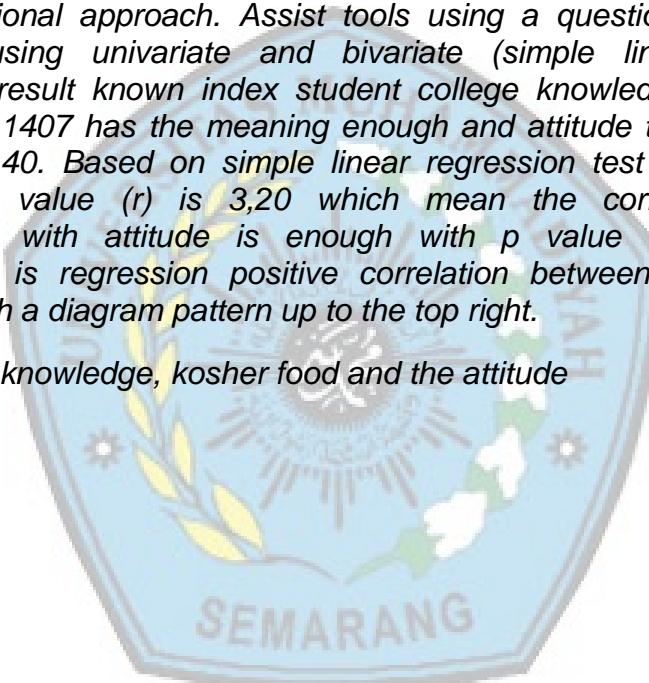
kata kunci : Pengetahuan,pangan halal dan sikap.

ABSTRACT

TATI MUSDYANINGWATI. Correlation Level of Knowledge to Attitudes of Buying Decision Kosher Food at University of Muhammadiyah Semarang Students. Guided by AGUS SUYANTO and MUH YUSUF

Kosher food is the food that served for consumption or related with provisions that forbid it. With development of the process genetic engineer and food radiation requires consumers to be more critical in making decisions before buying food products. This research aims to knowing the correlation of knowledge kosher food to the attitude of buying decisions with sample population students college of University Muhammadiyah Semarang. Use two research variables, independent variable is level of knowledge kosher food and dependent variable is the attitude of buying decisions kosher food. Type of this research is explanatory research with cross sectional approach. Assist tools using a questionnaire and data analysis using univariate and bivariate (simple linear regression). Research result known index student college knowledge about kosher food is on 1407 has the meaning enough and attitude the positive index value is 2,40. Based on simple linear regression test result indicate a correlation value (r) is 3,20 which mean the correlation between knowledge with attitude is enough with p value $0,001 < 0,05$. The conclusion is regression positive correlation between knowledge and attitude with a diagram pattern up to the top right.

Keywords: knowledge, kosher food and the attitude



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KOMISI PENGUJI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Hipotesis	2
D. Tujuan	3
1. Tujuan Umum	3
2. Tujuan Khusus	3
E. Manfaat	3
1. Bagi Masyarakat	3
2. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan	3
BAB II .TINJAUAN PUSTAKA	4
A. Pengetahuan	4
1. Pengertian Pengetahuan	4
2. Tingkat Pengetahuan	6
3. Pengukuran Pengetahuan	7
B. Sikap	7
1. Pengertian Sikap	7
2. Tingkat Sikap	8
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Sikap	9
4. Sifat Sikap	10
5. Pengukuran Sikap	10
C. Halal	11
1. Aspek Halal	11
2. Pangan Halal	12
3. Titik Kritis Pangan Halal	14

D. Remaja	16
E. Kerangka Teoritis.....	17
1. Kerangka Teori.....	17
2. Kerangka Konsep	18
 BAB III. METODE PENELITIAN.....	19
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
1. Tempat Penelitian.....	19
2. Waktu Penelitian.....	19
C. Populasi dan Sampel Penelitian	19
1. Populasi.....	19
2. Sampel Penelitian.....	19
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	20
D. Variabel dan Definisi Operasional.....	22
1. Variabel Penelitian.....	22
1. Variabel Independen	22
2. Variabel Dependens.....	22
2. Definisi Operasional	22
E. Metode dan Pengumpulan Data	24
1. Sumber Data	24
a. Data Primer.....	24
b. Data Sekunder	24
2. Alat dan Instrumen Penelitian.....	24
3. Prosedur Penelitian	25
a. Proses Perijinan	25
b. Penyusunan Instrumen.....	25
c. Uji Coba Instrumen	25
d. Uji Coba Validitas	26
e. Uji Reliabilitas	26
f. Pengambilan Data.....	27
F. Metode Pengolahan dan Analisis Data	27
1. Pengolahan Data.....	27
2. Teknik Analisis Data.....	28
a. Analisa Univariat	28
b. Analisa Bivariat.....	28
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	30
B. Karakteristik Responden.....	31
1. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
2. Frekuensi Responden Berdasarkan Umur.....	32
3. Frekuensi Responden Berdasarkan Latar Tingkat Semester	33
4. Frekuensi Responden Berdasarkan	

Program Studi	34
C. Uji Validitas Dan Reliabilitas	34
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reliabilitas.....	36
D. Uji Normalitas	37
E. Pengetahuan	38
1. Pendidikan.....	38
2. Persepsi	39
3. Pengalaman	40
4. Informasi.....	42
5. Lingkungan.....	43
F. Variabel Sikap.....	44
1. Pendidikan.....	44
2. Pengalaman	45
3. Persepsi Seseorang	46
4. Informasi.....	47
5. Lingkungan.....	48
G. Penilaian Pengetahuan Pangan Halal	49
H. Penilaian Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal	50
I. Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	51
1. Regresi	51
2. Hipotesis Uji T	53
3. Koefisien Korelasi.....	54
4. Koefisien Determinasi R ²	58
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
 DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gambar Logo Halal MUI	14
Gambar 2. Kerangka Teori	17
Gambar 3. Kerangka Konsep.....	18
Gambar 4. Distribusi Frekuensi Umur Responden.....	32
Gambar 5. Distribusi Frekuensi Tingkat Semester Responden	33
Gambar 6. Distribusi Frekuensi Program Studi Responden	34
Gambar 8. Pola Scatter Diagram	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Titik Kritis Bahan Tambahan Pangan Dan Produk.....	15
Tabel 2.	Jumlah Populasi Sampel.....	21
Tabel 3.	Definisi Operasional	22
Tabel 4.	Uraian Item Pengetahuan dan Sikap	23
Tabel 5.	Skala Pengetahuan Pangan Halal	28
Tabel 6.	Skala Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal.....	28
Tabel 7.	Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 8.	Hasil Uji Validitas Instrumen	35
Tabel 9.	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	37
Tabel 10.	Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov-Smirnov	37
Tabel 11.	Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Pendidikan	38
Tabel 12.	Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Persepsi.....	40
Tabel 13.	Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Pengalaman.....	41
Tabel 14.	Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Informasi	42
Tabel 15.	Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Lingkungan	43
Tabel 16.	Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal Berdasarkan Pendidikan	44
Tabel 17.	Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal Berdasarkan Pengalaman.....	45
Tabel 18.	Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal Berdasarkan Persepsi Seseorang	47
Tabel 19.	Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal Berdasarkan Informasi	48
Tabel 20.	Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal Berdasarkan Lingkungan	48
Tabel 21.	Penilaian Pengetahuan Pangan Halal.....	49
Tabel 22.	Penilaian Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal.....	50
Tabel 23.	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	52
Tabel 24.	Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	54
Tabel 25.	Koefisien Korelasi Tingkat Pengetahuan Pangan Halal Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal	55
Tabel 26.	Analisis SPSS Koefisien Korelasi Antara Pengetahuan Pangan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal	56
Tabel 27.	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	57
Tabel 28.	Koefisien Determinasi R ²	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 2.	Pengetahuan Pangan Halal	66
Lampiran 3.	Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal.....	70
Lampiran 4.	Jawaban Keseluruhan Responden Terhadap masing-masing item pertanyaan.....	72
Lampiran 5.	Hasil perhitungan Univariat Karakteristik Responden.....	85
Lampiran 6.	Hasil Univariat Tingkat Pengetahuan.....	87
Lampiran 7.	Hasil Univariat Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal.....	90
Lampiran 8.	Hasil Uji Validitas Instrumen	96
Lampiran 9.	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	104
Lampiran 10.	Hasil Uji Normalitas.....	105
Lampiran 11.	Koefisien Korelasi Tingkat Pengetahuan Pangan Halal Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal	106
Lampiran 12.	Hasil Uji Bivariat	109
Lampiran 13.	Dokumentasi	110



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehalalan suatu produk pangan yang sering kita jumpai saat ini telah memasuki wilayah *global lifestyle*, dimana kehidupan modern sudah berkembang di Indonesia yang mayoritas penduduk beragama Islam, menurut sensus penduduk tahun 2010 mencapai 85,1% dari 240.271.522 penduduk Indonesia memeluk agama Islam (Sensus penduduk Indonesia,2010).

Dengan datangnya era globalisasi menyebabkan banyaknya makanan dan minuman yang diimpor untuk memproduksi bahan pangan olahan di dalam negeri, dimana tidak mudah mengenali asal bahan tersebut, dengan kata lain tidak mudah menentukan kehalalan bahan tersebut. Apabila tidak ada jaminan kehalalan suatu bahan atau produk pangan, maka akan sulit sekali bagi kaum muslim awam untuk memilih mana makanan dan minuman yang halal dan mana yang haram. Umat Islam perlu dibekali dengan pengetahuan yang cukup tentang masalah ini, bahkan para ulama harus bekerjasama dengan para ilmuwan dalam menentukan kehalalan suatu bahan atau produk pangan mengingat permasalahan ini memerlukan pengetahuan yang mendalam mengenai asal-usul bahan itu sendiri di samping pengetahuan hukum Fiqih (Anton Apriyanto dalam Feri Kusnandar,2010).

Mahasiswa merupakan salah satu konsumen muslim yang cenderung mementingkan mengkonsumsi makanan yang peraktis, terjangkau, cepat dalam penyajian, menarik dan sesuai selera tanpa kurang memperdulikan produk pangan tersebut halal atau tidak. Makanan tersebut umumnya diproduksi oleh industri pengolahan pangan dengan memberikan penambahan bahan tambah pangan bagi produk pangan. Kewajiban untuk mengkonsumsi pangan yang halal

dan baik sudah tercantum didalam Al-Qur'an "Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) menyebut nama selain Allah SWT. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah maha pengampun lagi maha penyayang" (Al-Baqarah ayat 173).

Beberapa mahasiswa termasuk dalam tingkat remaja terakhir dengan usia 17 hingga 20 tahun. Masa remaja (*Adolescence*) merupakan masa dimana terjadi transisi masa kanak-kanak menuju dewasa. Terdapat banyak variasi dan fase dalam perkembangan fisik, kognitif dan psikososial demikian juga dengan kesempatan, tantangan, perubahan, keterampilan dan tekanan (Potter & Perry, 2009).

Mahasiswa perlu menggali pengetahuan lebih dalam terhadap produk pangan yang nantinya akan dikonsumsi. Mahasiswa adalah sarjana yang keterlibatannya dengan perguruan tinggi yang dididik dan diharapkan untuk menjadi calon-calon yang intelektual (Knopfemacher dalam Suwono,1978).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dilakukan penelitian hubungan tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

B. Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

C. Hipotesis

- a. Ada perbedaan pengetahuan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang terhadap pangan halal.

- b. Ada perbedaan sikap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang terhadap keputusan pembelian produk halal.
- c. Ada hubungan tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

D. Tujuan

1. Tujuan umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

2. Tujuan khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

- a. Mendeskripsikan pengetahuan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang tentang pangan halal.
- b. Mendeskripsikan sikap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang terhadap keputusan pembelian produk halal.
- c. Menganalisis adanya hubungan tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

E. Manfaat

1. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen muslim agar lebih teliti dalam membeli produk halal.

2. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat perkembangan ilmu pengetahuan terutama ilmu terhadap pangan halal sehingga dapat diterapkan untuk memberikan sikap yang benar pada pembelian produk pangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengetahuan

1. Pengertian pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari pengindraan manusia terhadap suatu objek melalui panca indera yang melibatkan indera penglihatan, pendengaran, perasa dan penciuman terhadap suatu objek yang dipengaruhi juga oleh intensitas persepsi. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Notoatmodjo,2010).

Proses pengetahuan yang didasari oleh pengetahuan kesadaran dan sikap yang positif, maka perilaku tersebut akan bersikap langgeng. Sebaliknya apabila perilaku tersebut tidak didasari oleh pengetahuan dan kesadaran maka tidak akan berlangsung lama (Notoatmodjo,2003).

Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor internal dan eksternal (Notoatmodjo, 2003). Faktor internal meliputi :

a. Pendidikan

Pendidikan adalah suatu proses belajar yang berarti terjadi proses pertumbuhan dan perubahan seseorang kearah yang lebih dewasa untuk lebih baik pada diri individu, kelompok atau masyarakat. Pada umumnya pendidikan mempertinggi taraf intellensi individu, sehingga semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin mudah pula mereka menerima informasi dan semakin tinggi pula pengetahuannya.

b. Umur

Umur adalah lamanya hidup seseorang dalam tahun yang dihitung sejak dilahirkan. Semakin tinggi umur seseorang, maka semakin bertambah pengetahuan yang dimiliki karena

pengetahuan seseorang individu diperoleh dari pengalaman sendiri maupun pengalaman yang diperoleh dari orang lain.

c. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman yang dihasilkan melalui indera penglihatan, pendengaran, dan penciuman. Dimana setiap individu memiliki persepsi yang berbeda, meskipun pada objek yang sama.

d. Pengalaman

Pengalaman adalah sesuatu yang dirasakan (diketahui dan dikerjakan) yang merupakan kesadaran akan suatu hal yang tertangkap oleh indera manusia. Pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman berdasarkan kenyataan yang pasti dan pengalaman yang berulang-ulang dapat menyebabkan terbentuknya pengetahuan. Pengalaman masa lalu dan aspirasinya untuk masa yang akan datang menentukan perilaku masa kini.

Faktor eksternal yang mempengaruhi pengetahuan (Notoatmodjo,2003) antara lain :

a. Informasi

Media informasi merupakan alat yang berisi mengenai pesan dimana dapat mengarahkan opini atau pendangan seseorang terhadap sesuatu yang dilihat dan didengar. Dengan masuknya informasi mengenai suatu hal maka akan memberikan landasan kognitif baru untuk terbentuknya suatu pengetahuan terhadap pemilihan seseorang.

b. Kebudayaan

Kebudayaan adalah perilaku normal, kebiasaan, nilai, dan penggunaan sumber-sumber didalam suatu masyarakat yang akan mempengaruhi proses masuknya pengetahuan seseorang terhadap suatu individu yang berada di ruang lingkup budaya tersebut.

c. Lingkungan

Lingkungan merupakan faktor yang mempengaruhi bagi pengembangan sifat dan perilaku individu seseorang yang berada pada lingkup lingkungan tersebut.

d. Sosial ekonomi

Sosial ekonomi individu yang memiliki penghasilan yang berbeda-beda menyebabkan adanya pola pemikiran individu dalam pengetahuan.

2. Tingkat pengetahuan

Pengetahuan seseorang terhadap suatu objek menghasilkan tingkatan yang berbeda-beda yang dibagi menjadi 6 tingkatan (Notoatmodjo,2010) antara lain :

a. Tahu (*Know*)

Tahu diartikan untuk mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) suatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari dan diperoleh sebelumnya. Tahu dalam tingkatan pengetahuan berada pada tingkatan paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari saat ini antara lain menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan, menyatakan, dan sebagainya.

b. Memahami (*Comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan meginterpretasikan materi tersebut secara benar. Seseorang yang paham terhadap objek tertentu harus bisa menjelaskan dan memahami.

c. Aplikasi (*Application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan menggunakan materi yang telah dikuasai atau dipahami pada situasi atau konsisi yang sebenarnya.

d. Analisis (*Analysis*)

Analisis diartikan suatu kemampuan untuk menjabarkan atau mengelompokkan serta mencari hubungan antara komponen-komponen yang terdapat dalam suatu masalah atau objek tertentu. Kemampuan analisis dapat dilihat dari seseorang dalam membedakan, memisahkan dan mengelompokan suatu objek.

e. Sintesis (*Synthesis*)

Sintesis diartikan kemampuan untuk meletakkan atau merangkum komponen-komponen pengetahuan didalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Misalnya kemampuan untuk menyusun, merancang dan meringkas teori-teori yang sudah ada.

f. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi diartikan kemampuan seseorang untuk melakukan *justifikasi* atau penilaian terhadap objek tertentu. Penilaian ini didasarkan pada kriteria yang telah ditentukan sendiri atau menggunakan kriteria yang sudah ada.

3. Pengukuran pengetahuan

Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan memberikan kuesioner tentang objek penelitian yang akan diukur nantinya. Skor yang sering digunakan dalam mempermudah untuk mengategorikan menggunakan jenjang atau peringkat dengan menggunakan persentase. Pengetahuan baik = 76% - 100%, cukup= 56% - 75% dan kurang = < 56 % (Sukanto,2000).

B. Sikap

1. Pengertian sikap

Sikap diartikan sebagai respon atau reaksi seseorang terhadap suatu objek yang mengakibatkan seseorang suka atau tidak terhadap objek. Manifestasi sikap itu tidak dapat langsung dilihat tetapi hanya dapat menafsirkan terlebih dahulu dari perilaku

yang tertutup dan sikap secara nyata yang menunjukkan konotasi adanya kesesuaian reaksi terhadap kondisi mental seseorang yang melibatkan keyakinan dan perasaan, serta dorongan untuk bertindak dengan cara tertentu dengan emosi yang mendorong dilakukannya tindakan-tindakan tertentu dalam suatu situasi sosial (Notoatmodjo,2010).

Terbentuknya sikap dapat dilihat dari kesiapan seseorang ketika beraksi dilingkungan sebagai suatu penghayatan terhadap suatu objek tertentu. ada 3 bagian komponen sikap yang saling menunjang (Notoatmodjo,2005) antara lain:

- a. Kepercayaan atau keyakinan, dimana setiap individu mempersiapkan objek berdasarkan kepercayaan.
- b. Kehidupan emosional atau evaluasi terhadap suatu objek
- c. Kecenderungan untuk bertindak terhadap suatu objek.

Berdasarkan ketiga komponen-komponen diatas, diketahui sikap dapat terbentuk secara utuh dari pengetahuan, pikiran, keyakinan dan emosi yang memegang peran yang penting (Notoatmodjo,2005). Sikap memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Sikap bukan bawaan dari lahir yang berarti sikap dapat dibentuk dan dipelajari selama perkembangan setiap individu.
- b. Sikap dapat berubah-ubah sehingga sikap dapat dipelajari.
- c. Sikap tidak berdiri sendiri melainkan sikap memiliki hubungan tertentu terhadap suatu objek.
- d. Sikap dapat tertuju pada satu objek atau sekumpulan objek.
- e. Sikap juga mengandung perasaan atau motivasi, dimana pengetahuan seseorang akan membentuk perasaan tertentu baik positif atau negatif. Sikap memiliki sifat yang motivasi atau dorongan untuk berperilaku.

2. Tingkat sikap

Sama halnya dengan pengetahuan, sikap terdiri dari beberapa tingkatan (Notoatmodjo,2010) sebagai berikut :

a. Menerima (*Receiving*)

Menerima diartikan bahwa seseorang mau dan memperhatikan objek yang diperoleh.

b. Merespon (*Responding*)

Merespon diartikan merupakan usaha untuk menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang diberikan. Terlepas dari pekerjaan itu benar atau salah.

c. Menghargai (*Valuing*)

Menghargai merupakan proses mengajak orang lain untuk berpartisipasi mendiskusikan suatu masalah dengan suatu indikasi sikap yang menghargai.

d. Bertanggung jawab (*Responsible*)

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilih dengan segala resiko yang akan diterima merupakan sikap yang paling tinggi.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap

Pembentukan sikap seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor (Notoatmodjo,2010) sebagai berikut :

a. Pengalaman pribadi

Sikap lebih mudah terbentuk jika seseorang mengalami peristiwa yang melibatkan emosional yang akan menghasilkan pengalaman yang lebih mendalam dan lebih sering dilakukan.

b. Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Seseorang cenderung memiliki sikap yang searah dengan orang yang dianggap penting. Kecenderungan ini dilatar belakangi oleh keinginan untuk menghindari konflik dengan orang tersebut.

c. Pengaruh budaya dan kepercayaan

Dalam pembentukan dan memberikan pengalaman bagi individu dalam masyarakat budaya mempunyai pengaruh yang lebih besar.

d. Media massa

Memberikan pesan-pesan yang dapat memeberikan sugesti yang mengarahkan opini seseorang.

e. Lembaga pendidikan dan agama

Adanya suatu hal yang memeberikan pengaruhnya dalam mempengaruhi pembentukan sikap karena konsep moral dan agama sangat menentukan sistem kepercayaan seseorang terhadap sikap baik dan buruk dalam bertindak.

f. Faktor emosional

Sikap didasari oleh emosional yang berfungsi sebagai pengalihan dari ego seseorang. Sikap ini dapat menjadi sementara bila frustasi hilang akan tetapi dapat juga berlangsung lama.

4. Sifat sikap

Sifat sikap ada dua macam, dapat bersifat positif dan dapat pula bersifat negatif (Wawan A dan Dewi M, 2010) yaitu :

1. Sikap positif : kecenderungan tindakan lebih mendekati, menyenangi, mengharapkan objek tertentu.
2. Sikap negatif : kecenderungan untuk menjauhi, menghindari, membenci, tidak menyukai objek tertentu.

5. Pengukuran sikap

Pengukuran sikap dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung dapat ditanyakan bagaimana pendapat atau pertanyaan responden terhadap suatu objek. Secara tidak langsung dapat dilakukan dengan pernyataan-pernyataan hipotesis, kemudian ditanyakan pendapat responden melalui kuesioner (Notoatmodjo S, 2003).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi hasil pengukuran sikap (Wawan A dan Dewi M, 2010) yaitu :

1. Keadaan objek yang diukur
2. Situasi pengukuran
3. Alat ukur yang digunakan

4. Penyelenggaraan pengukuran
5. Pembacaan atau penilaian hasil pengukuran

C. Halal

1. Aspek halal

Halal berasal dari bahasa Arab yang artinya “melepaskan” atau “tidak terikat”. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melaranganya (Girindra, 2006) .

Adanya prinsip-prinsip tentang halal dan haram (Yusuf Qarhawi, 2000) yaitu :

- a. Segala sesuatu yang menghalalkan dan mengharamkan adalah hak Allah semata, peran ulama sebatas merumuskan dan menjabarkan lebih lanjut apa yang dihalalkan dan diharamkan.
- b. Menghalalkan yang haram dan mengharamkan yang halal hukumnya sirik.
- c. Niat yang baik tidak dapat menghalalkan yang haram.
- d. Sesuatu yang haram berlaku untuk semua orang tanpa adanya keringanan bagi keturunan nabi, raja, dan orang alim kecuali dalam keadaan darurat.
- e. Haram bisa menjadi halal bila berada pada keadaan terpaksa.

Dasar yang diterapkan dalam ajaran islam bahwa asal suatu yang diciptakan Allah SWT memiliki nilai halal dan haram. Halal berarti diperbolehkan sedangkan haram berarti tidak diperbolehkan (Qardhawi Yusuf,2000).

Halal dan haram dapat dikelompokan menjadi dua yaitu berdasarkan zat yang terkandung dalam pangan dan hukum cara memperolehnya (Antonio,2001). Sebagaimana Allah SWT telah berfirman “Wahai manusia, makanlah apa yang dibumi yang halal dan baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah syaitan ia adalah musuh yang nyata bagi kamu” (QS. Al-Baqarah ayat 168).

2. Pangan halal

Makanan yang halal adalah yang diijinkan untuk dikonsumsi atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Baik (Thayyib) adalah lezat, baik, sehat dan menentramkan (Girindra, 2006). makanan halal itu sendiri mencakup dari proses pemotongan, penyimpanan, penyajian, penyiapan, kesehatan, dan kebersihan (Shafie&Othman, 2006).

Pangan (makanan dan minuman) yang halal dan baik merupakan syarat penting untuk kemajuan produk-produk pangan lokal di Indonesia khususnya supaya dapat bersaing dengan produk lain baik di dalam maupun di luar negeri. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya adalah muslim. Saat ini Islam merupakan agama yang paling cepat pertumbuhannya di dunia (Hariyadi, 2006).

Firman Allah SWT “Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) tidak menyebut nama selain Allah SWT. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah maha pengampun lagi maha penyayang” (Al-Baqarah ayat 173).

Mengkonsumsi makanan halal merupakan kewajiban bagi setiap umat muslim sesuai dengan firman Allah “Dan Allah menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk” (Al-A’raf ayat 157). Fungsi pangan yaitu menjaga keberlangsungan hidup dan menjaga agar makhluk hidup tetap sehat baik fisik maupun rohani. Kualitas makanan yang dikonsumsi dapat berpengaruh terhadap kualitas hidup dan perilaku makhluk hidup itu sendiri. Setiap makhluk hidup harus berusaha untuk memperoleh makanan yang baik bagi tubuh seperti yang dinyatakan dalam surat (QS Al-Baqarah 172) “ Wahai orang-orang beriman, makanlah dari rezeki yang baik yang kami berikan

kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepadanya”.

Persoalanan ketentuan produk halal sudah cukup lama ada di negara Indonesia. Dalam PP No 69 tahun 1999 pasal 1 “Pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram yang dilarang untuk dikonsumsi umat islam baik menyangkut bahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan dan pengolahannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama islam”.

Allah telah menyediakan lebih banyak makanan yang halal dari pada yang haram. Bawa sesungguhnya semua makanan halal, kecuali yang jelas diharamkannya sesuai dengan firman Allah yang berbunyi “Diharamkan bagimu memakan (bangkai), darah, daging babi, daging hewan yang disembelih atas nama selain Allah, hewan yang mati tercekik, dipukul, yang jatuh dari ketinggian, yang mati karena ditanduk hewan lain, dan binatang yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya dan binatang yang disembelih untuk berhala” (Al-Maidah ayat 3).

Di Indonesia konsumen Muslim sudah dilindungi dengan adanya labelisasi halal pada produk. Labelisasi tersebut didapat dari Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama (LPPOM-MUI). Lembaga ini bertanggung jawab untuk mengawasi dan menguji kehalalan dari suatu produk.dibuktikan dengan memberikan sertifikat halal pada produk. Artinya produk tersebut secara proses dan kandunganya telah lulus uji dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam. Produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen Muslim. Berikut gambar logo halal dari MUI.



Gambar 1. Logo Halal MUI

Sumber: www.halalmui.org

3. Titik kritis pangan halal

Industri pangan telah berkembang dengan sangat pesat. Saat ini makanan tidak lagi hanya sekedar diolah dengan cara direbus, dikukus, dan digoreng saja, namun juga sudah diolah dengan berbagai varian pengolahan bahan baku yang beraneka ragam. Untuk meningkatkan kualitas, penampilan, masa simpan, rasa, serta aroma, para praktis pegolahan produk pangan menggunakan bahan baku dan bahan tambahan pangan seperti : penyedap, pemanis, pengemulsi, pengembang, pewarna, pelapis, dan pelembut.

Makanan dan minuman yang diharamkan dalam Islam, secara garis besarnya dapat dikategorikan kepada beberapa kriteria sebagai berikut: bukan terdiri dari atau mengandung bagian atau benda dari binatang yang dilarang oleh ajaran Islam untuk memakannya, atau yang tidak disembelih menurut ajaran Islam. Tidak mengandung sesuatu yang digolongkan sebagai najis menurut ajaran Islam. Tidak mengandung bahan penolong dan atau bahan tambahan yang diharamkan menurut ajaran Islam. Dalam proses menyimpan dan menghidangkan tidak bersentuhan atau berdekatan dengan makanan yang memiliki kriteria terlarang.

Untuk menentukan halal tidaknya suatu produk pangan, selain harus berasal dari bahan pangan yang tidak diharamkan juga

untuk bahan pangan halal yang diolah harus diperhatikan cara penyembelihan, alat yang digunakan untuk menyembelih, alat yang digunakan untuk mengolah dan menyajikan, bahan tambahan dan kemasan.

Titik kritis olahan dan bahan tambahan beberapa contoh yang perlu diwaspadai kehalalnya diantaranya adalah sosis, sosis, nugget, daging giling, kornet, bakso, pitza, mayonaise, peremen kenyal, coklat, jeli, perisa. Bahan tambahan pangan yang harus diwaspadai titik kritis kehalalnya diantaranya adalah gelatin, lesitin, kolagen, gliserol/gliserin, improver, shortening, renin atau pepsin dan turunan. Pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Titik Kritis Bahan Tambahan Pangan Dan Produk

No	Nama Bahan dan Kode	Asal/Pembuatan	Fungsi	Produk Yang Menggunakan
1	Gliserol/gliserin	Hasil Samping pembuatan sabun, lilin dan turunan dari lemak/minyak	Pelarut flavor, menjaga kelembaban (humektan), Plasticizer pada pengemas	Bahan coating untuk daging, keju, cake, desserts
2	Asam lemak dan turunannya,E430, E431,E433,E434,E435, E436	Turunan hidrolisis lemak hewani	Pengemulsi, penstabil, E343 : antibusa	Produk roti dan cake,donat, produk susu : es krim, desserts beku,minuman dll
3	Pengemulsi yang dibuat dari gliserol dan atau asam lemak (E470-E495)	Hasil hidrolisis lemak hewani untuk menghasilkan gliserol dan asam lemak	Pengemulsi, penstabil, pengental, pemodifikasi tekstur, pelapis, Plasticizer	Snacks, margarin, dessert, coklat, cake, pudding
4	Edible bone phosphate (E542)	Dibuat dari tulang hewan	Suplemen mineral	Makanan suplemen
5	Asam stearate	Dari lemak hewani atau dibuat secara sintetik	Anticacking agent	Margarin
6	L-Sistein E920	Dapat dibuat dari bulu hewan/unggas, manusia	Bahan pengembang adonan, bahan dasar pembuatan flavor daging	Tepung dan produk roti, bumbu dan perisa

Sumber : Hansen dan Marsden, 1987 dalam Hermaninto (2006)

D. Remaja

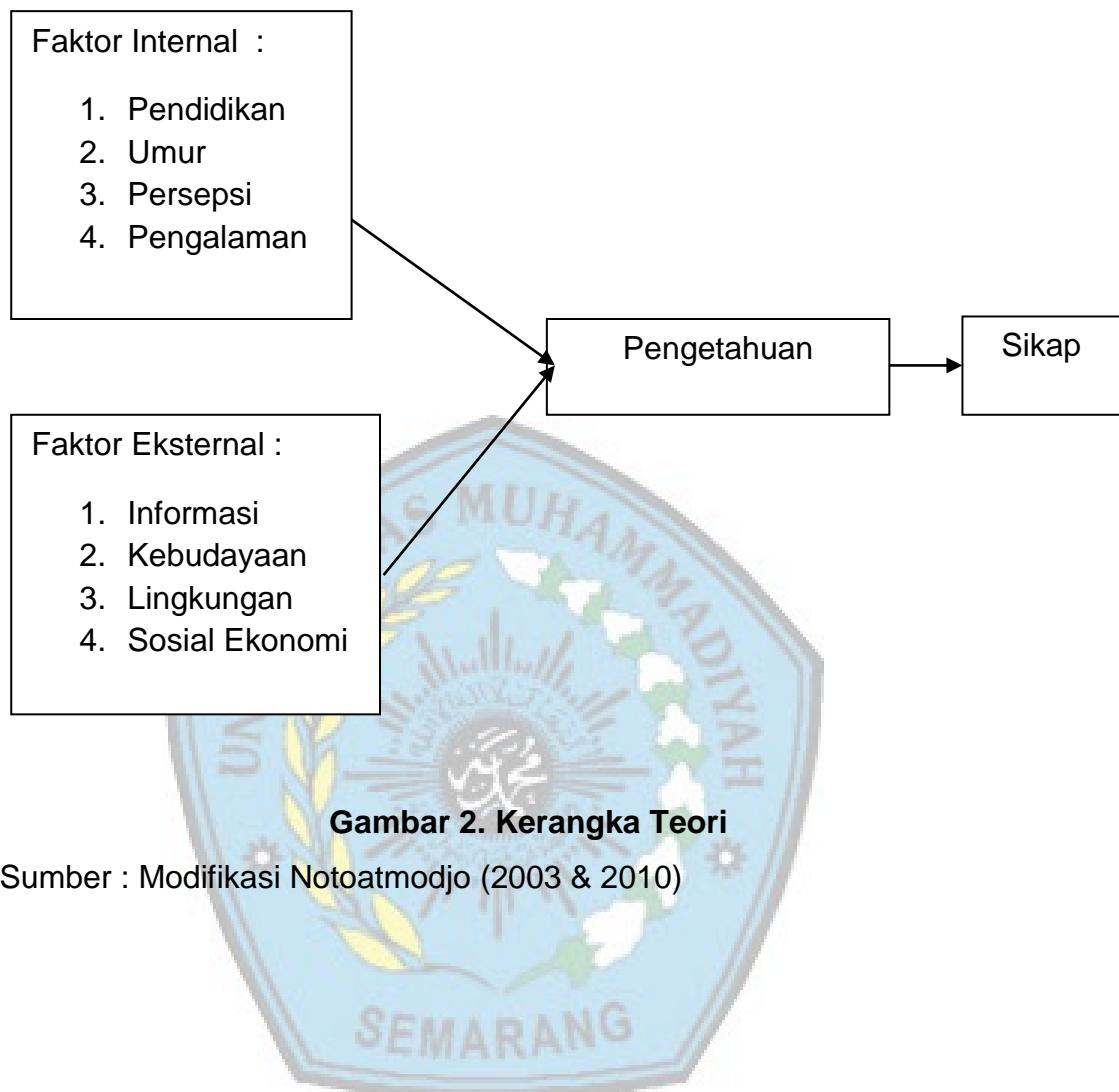
Masa remaja adalah masa *transisi* antara masa anak dan dewasa dimana terjadi pemicu tumbuh (*growth spur*) terjadi perubahan-perubahan psikologis serta kognitif. Kategori usia remaja yaitu masa remaja awal (*early adolescence*) pada umur 11-13 tahun, masa remaja pertengahan (*middle adolescence*) pada umur 14-16 tahun dan masa remaja lanjut (*late adolescence*) pada umur 17-20 tahun pada usia remaja lanjut beberapa tantangan yang muncul pada perkembangan remaja yaitu tantangan biologis, tantangan kognitif, tantangan psikologis, tantangan sosial, tantangan moral dan spiritual (Soetjingsih (2010) atau Geldard (2011)).

Pola konsumsi remaja lebih mudah menerima satu jenis makanan dan minuman yang relatif baru dari orang-orang yang merupakan teman dekatnya, sehingga mereka lebih senang makan dan minum bersama orang terdekat dengan mereka (William, 1993).

Remaja memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kebiasaan pola makan mereka (Worthington Robert, 2000). Pertumbuhan remaja meningkatkan partisipasi dalam kehidupan sosial dan aktivitas remaja yang menimbulkan dampak yang akan terjadi setelah mengkonsumsi.

E. Kerangka Teoritis

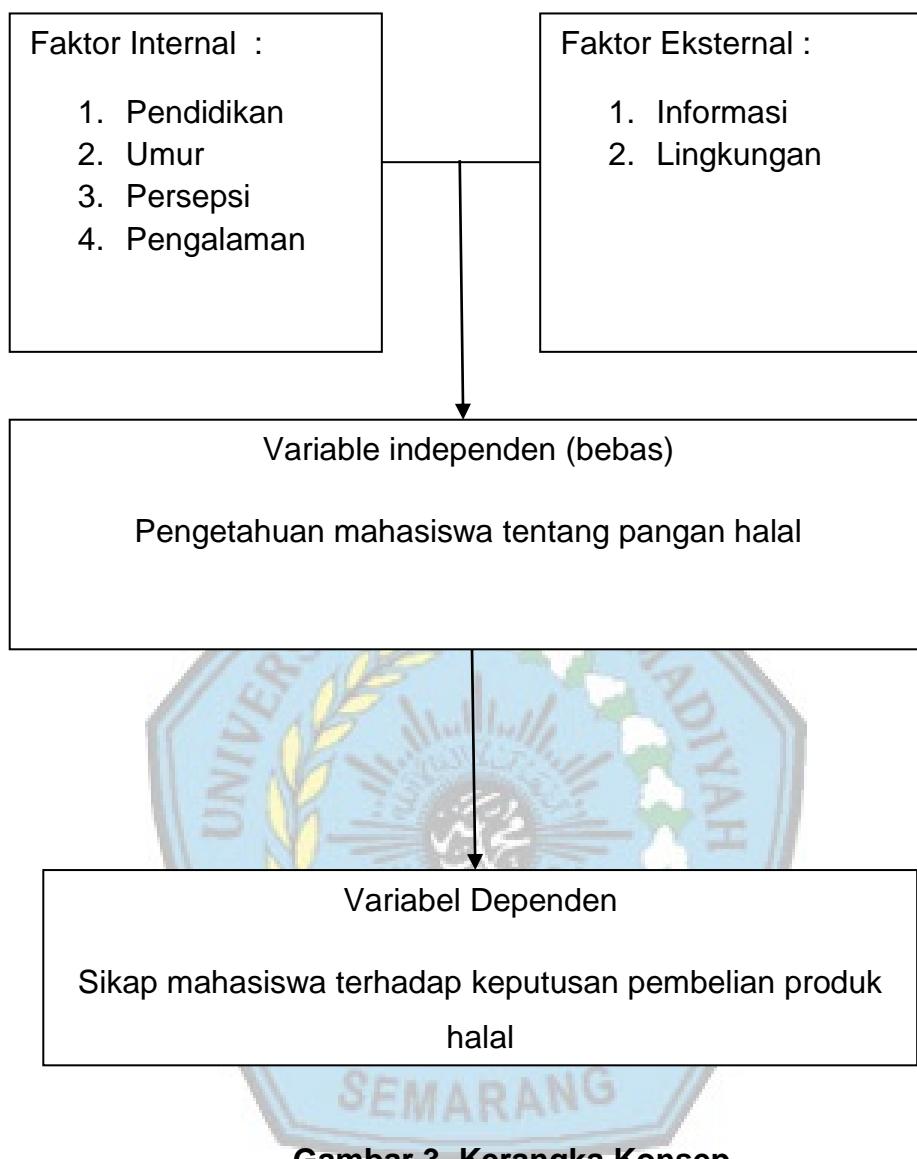
1. Kerangka teori



Gambar 2. Kerangka Teori

Sumber : Modifikasi Notoatmodjo (2003 & 2010)

2. Kerangka konsep



Gambar 3. Kerangka Konsep

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis *Explantory Research* yaitu dengan menjelaskan hubungan tingkat pengetahuan tentang pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang. Rancangan penelitian pendekatan menggunakan *cross sectional* dimana variabel terikat dan varibel bebas diambil dan diukur pada waktu yang bersamaan (Notoatmodjo,2005).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Semarang.

2. Waktu penelitian

Penelitian dilakukan bulan Januari 2016.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang yang berjumlah 3117 mahasiswa.

2. Sampel penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang dengan kriteria Inklusi dan eksklusi berikut:

a. Kriteria Inklusi

1. Bersedia menjadi responden.
2. Seluruh mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah yang berusia 17-20 tahun.
3. Beragama Islam

b. Kriteria ekslusi

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang yang tidak bersedia menjadi responden.

Untuk menentukan berapa responden yang akan dibutuhkan dalam penelitian ini maka ditentukan dengan menggunakan teknik sampling dengan rumus besar sampel (Nursalam,2008) yaitu :

$$n = \frac{N}{1+N(d^2)}$$

Keterangan :

n : Besar sampel

N : Besar populasi

d : tingkat ketepatan yang diinginkan (0,1)

$$n = \frac{3117}{1+3117(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3117}{32.17} = 97 \text{ mahasiswa}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan rumus besar menghasilkan sampel 97 mahasiswa dari 3117 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

3. Teknik pengambilan sampel

Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan metode *Proporsional Random Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, maka jumlah proporsi sampel yang diambil tiap-tiap program studi adalah (Sugiyono,2005) :

$$n = \frac{X}{N} \times N_i$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang diinginkan setiap strata

X : Besar Populasi pada setiap Strata

N : Jumlah seluruh populasi

Ni : Besar sampel

Tabel 2. Jumlah Populasi Sampel

No	Program Studi	Sampel
1	D3 Gizi	2
2	S1 Ilmu Gizi	4
3	Teknologi Pangan	3
4	Kedokteran Gigi	5
5	Kedokteran Umum	9
6	Kesehatan Masyarakat	11
7	S1 Ilmu Keperawatan	13
8	D3 Keperawatan	5
9	D4 Analis Kesehatan	8
10	D3 Analis Kesehatan	13
11	Kebidanan	2
12	Statistik	2
13	Teknik Mesin	5
14	Teknik Elektro	3
15	Manajemen	3
16	Akutansi	3
17	Sastra Inggris	1
18	Pendidikan Matematika	2
19	Pendidikan Bahasa Inggris	2
20	Pendidikan Kimia	1
Total		97

D. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel penelitian

a. Variabel independen (bebas)

Pengetahuan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang tentang pangan halal.

b. Variabel dependen (terikat)

Sikap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang terhadap keputusan pembelian produk halal.

2. Definisi operasional

Tabel 3. Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi operasional	Hasil ukur	Skala
1	Pengetahuan mengenai pangan halal	Wawasan yang dimiliki mahasiswa terhadap pemahaman pangan halal. Pengetahuan terdiri dari pendidikan, persepsi, pengalaman, informasi dan lingkungan.	Skor pengetahuan pangan halal Baik = 76%-100% Cukup=56%-75% Rendah =< 56% (Sukanto, 2000)	Interval
2	Sikap mahasiswa terhadap keputusan pembelian produk halal	Sikap mahasiswa yang ditunjukan melalui evaluasi umum terhadap suatu isu yang mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian dan konsumsi produk . Sikap terdiri dari faktor pengetahuan yaitu pendidikan, persepsi, pengalaman, informasi dan lingkungan.	Skor sikap keputusan pembelian produk halal Positif = Skor \geq mean Negatif = Skor $<$ mean (Azwar,2011)	Interval

Sumber : Sukanto (2000) dan Azwar (2011)

Tabel 4. Uraian Item Pengetahuan dan Sikap

Variabel	Item	Kuesioner
Pengetahuan pangan halal		Q1 = pengertian pangan halal
	Pendidikan	Q2 = Hukum mengkonsumsi pangan halal bagi kaum muslim Q3 = Contoh pangan halal Q4 = Contoh pangan haram Q5 = Bahan tambahan pangan haram Q6 = istilah daging babi
	Persepsi	Q7 = Syarat kehalalan pangan Q8 = Penyebab kaum muslim wajib mengkonsumsi pangan halal Q9 = Penyakit dari mengkonsumsi daging babi Q10 = Penyebab alkhol haram
		Q11 = Penyebab produk halal menjadi haram Q12 = Pencegahan produk halal menjadi haram
	Pengalaman	Q13 = Lokasi penjualan produk pangan halal Q14 = Minuman halal Q15 = Kaum yang wajib mengkonsumsi pangan halal Q16 = Langkah awal memilih produk pangan
	Informasi	Q17 = Logo resmi MUI Indonesia Q18 = Tujuan label halal resmi MUI Q19 = Informasi yang wajib dipercayai kaum muslim
Lingkungan		Q20 = Lembaga pemerintah yang bertanggung jawab dalam logo resmi halal di Indonesia
Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal	Pendidikan	Q1 = Konsumsi pangan halal Q2 = Penambahan <i>khamr</i> pada produk coklat Q3 = Lemak sapi pengganti lemak babi Q4 = Penambahan <i>flavor</i> kayu manis pada roti
		Q5 = Pembelian produk yang terjamin kehalalannya
		Q6 = Pembelian produk yang diragukan kehalalannya
		Q7 = Lebih kritis dalam membeli produk pangan Q8 = Tindakan pemalsuan produk halal
Pengalaman		

Variabel	Item	Kuesioner
Persepsi	Q9 = Pemberian hukuman bagi pemalsuan produk halal	
	Q10 = Penggunaan logo halal resmi dari MUI	
	Q11 = Perluasan penyebaran produk halal	
	Q12 = Pencegahan produk haram	
Informasi	Q13 = Kewajiban mencantumkan logo halal resmi pada produk	
	Q14 = Jaminan logo halal MUI	
Lingkungan	Q15 = Peraturan perlindungan konsumen	

Keterangan Q = No pertanyaan pada kuesioner selengkapnya pada lampiran 2 dan 3.

E. Metode dan Pengumpulan Data

1. Sumber data

a. Data primer

Data primer diperoleh dari data langsung yang diperoleh dari responden mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang melalui wawancara.

b. Data sekunder

Data sekunder diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari pihak kedua yaitu BAAK Universitas Muhammadiyah Semarang tentang profil Universitas Muhammadiyah Semarang dan hasil dari jurnal penelitian terdahulu, buku dan data-data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

2. Alat dan instrumen penelitian

a. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Form karakteristik responden

Digunakan untuk mengetahui nama, jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan, program studi, dan semester.

2. Form tingkat pengetahuan dan sikap

Digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap pembelian produk halal.

- b. Alat yang digunakan dalam penlitian ini menggunakan alat bantu kuesioner tentang pengetahuan pangan halal dan sikap pemilihan produk halal.

3. Prosedur penelitian

a. Proses perijinan

Proses perijinan pertama kali dilakukan adalah mengurus surat ijin melakukan penelitian di BAAK Universitas Muhammadiyah Semarang.

b. Penyusunan instrumen

Penyusunan instrumen meliputi pembuatan form identitas responden dan kuesioner.

c. Uji coba instrumen

Sebelum dilakukan penelitian yang sebenarnya dilakukan uji coba instrumen dengan cara pengukuran tingkat pengetahuan dan sikap terlebih dahulu. Instrumen yang akan diuji coba terdiri dari 20 pertanyaan tentang pengetahuan pangan halal dan 15 pertanyaan terhadap sikap pembelian produk halal. Kerangka pertanyaan tentang pengetahuan pangan halal sebagai berikut :

1. Q1 - Q6 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor pendidikan.
2. Q7 – Q10 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor persepsi seseorang.
3. Q11 – Q16 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor pengalaman.
4. Q17 – Q19 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor informasi.
5. Q20 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor lingkungan.

Kerangka pertanyaan tentang pembelian produk halal sebagai berikut :

1. Q1 – Q4 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor pendidikan.

2. Q5 – Q8 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor pengalaman.
3. Q9 – Q12 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor persepsi seseorang.
4. Q13 – Q14 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor informasi.
5. Q15 adalah pertanyaan yang berasal dari faktor lingkungan.

d. Uji coba validitas

Digunakan untuk menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang diukur. Rumus yang digunakan dalam uji validasi adalah *Korelasi Product Moment* dari person adalah :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

dimana :

r_{xy} = Korelasi antara masing-masing item pertanyaan

r_t = Koefisien korelasi tabel dengan $\alpha = 5\%$

r_n = Koefisien Korelasi hitung

n = Jumlah responden

x = Skor pertanyaan

y = Skor total pertanyaan

Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai $r_{tabel} = 0,1996$

e. Uji reliabilitas

Digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat di percaya atau dapat di andalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Rumus yang digunakan dalam uji relitabilitas dengan menggunakan relitabilitas *Alpha Cronbach*. Suatu Instrumen dikatakan reliabel jika $r_{alpha} > 0,70$ yaitu :

$$ri = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum st^2}{st^2} \right]$$

Keterangan:

Ri = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum st^2$ = Jumlah Varian butir

St^2 = Varian total.

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai r_i lebih dari 0,70.

f. Pengambilan data

Pengambilan data dengan wawancara terstruktur berpedoman pada kuesioner. Kuesioner diisi dengan lengkap meliputi tentang identitas responden, pengetahuan pangan halal dan sikap keputusan pembelian produk halal. Setelah semua data terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data dan analisis data.

F. Metode Pengolahan dan Analisis Data

1. Pengolahan data

Data yang diperoleh yaitu data yang terkumpul dilakukan pengolahan dengan cara statistik. Pengolahan data dimulai dari *editing, coding, scoring, entry data* dan tabulating data.

Berdasarkan data pengetahuan diperoleh dari responden mengenai pangan halal. Selanjutnya pemberian skor jawaban dengan acuan pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5. Skala Pengetahuan Pangan Halal

Kategori pengetahuan Pangan Halal	Skala Penilaian
Baik	76 % – 100 %
Cukup	56 % - 75%
Rendah	< 56 %

Sumber : Sukanto, 2000

Sedangkan data sikap diperoleh dari responden mengenai keputusan pembelian produk halal. Selanjutnya pemberian skor jawaban dengan acuan pada Tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6. Skala Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal

Kategori Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal	Skala Penilaian
Positif	Skor \geq mean
Negatif	Skor < mean

Sumber : Azwar,2011

2. Teknik analisis data

a. Analisis univariat

Digunakan untuk mendapatkan gambaran distribusi frekuensi, mean, nilai maksimum, dan nilai minimum variabel tingkat pengetahuan pangan halal dan sikap keputusan pembelian produk halal. Sebelum dilakukan analisa bivariat dilakukan uji normalitas distribusi data dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* ($p > 0,05$).

b. Analisis bivariat

Analisis bivariat digunakan untuk melihat tingkat pengetahuan pangan halal dan sikap keputusan pembelian produk halal dengan menggunakan uji regresi linier sederhana. Uji korelasi dengan menggunakan derajat kepercayaan 95% dengan α 5%, sehingga jika nilai P (p value) $< 0,05$ berarti hasil

perhitungan statistik bermakna (signifikan) dan sebaliknya bila nilai P (ρ value) $> 0,05$ maka uji perhitungan statistik kurang bermakna atau tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 8 sampai 11 Februari 2016, dengan tempat yang telah disesuaikan dalam penelitian yaitu kampus Universitas Muhammadiyah Semarang .

Universitas Muhammadiyah Semarang mulai dirintis sejak tahun 1996 oleh pimpinan Muhammadiyah Jawa Tengah yang resmi berdiri pada tanggal 4 Agustus 1999. Universitas Muhammadiyah Semarang hingga tahun 2016 memiliki 22 program studi.

Universitas Muhammadiyah Semarang memiliki motto, visi dan misi yaitu : Motto Universitas Muhammadiyah Semarang adalah “*A University For The Excellence*”. Visi Universitas Muhammadiyah Semarang adalah “Menjadi Universitas yang unggul berkarakter berbasis teknologi dan berwawasan internasional”. Misi Universitas Muhammadiyah Semarang sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan pendidikan tinggi berkualitas internasional yang relevan dengan kebutuhan masyarakat berdasarkan nilai-nilai Islam.
2. Menyelenggarakan pembelajaran yang unggul, berkarakter, dan berbasis teknologi.
3. Mengembangkan penelitian dan pengabdian pada masyarakat yang unggul di tingkat internasional dan menopang kemajuan IPTEKS.
4. Menghasilkan lulusan yang kompeten, mampu mengisi dan atau menciptakan lapangan kerja.
5. Mengembangkan suasana akademik berbasis nilai-nilai Islam.
6. Menciptakan tatakelola yang profesional (akuntabel, transparan) dan islami.

7. Menjalin kerjasama dengan institusi dan masyarakat untuk pengembangan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
8. Mengembangkan usaha mandiri untuk mendukung pengelolaan pendidikan tinggi dan kesejahteraan seluruh aktivitas akademika.
9. Mengembangkan dan memanfaatkan teknologi untuk menunjang layanan administrasi, informasi dan komunikasi.

Lokasi kampus Universitas Muhammadiyah Semarang antara lain :

1. Kampus terpadu berlokasi di Jl. Kedungmundu Raya no 18, Semarang.
2. Kampus PPNI berada di Jl. Kedungmundu Raya no 23, Semarang
3. Kampus Wonodri berada di Jl. Wonodri Sendang Raya no 2A, Semarang.
4. Kampus Kasipah berada di Jl. Kasipah No12, Semarang.
5. Kampus laboratorium kesehatan masyarakat berada di Wonolopo, Mijen Kota Semarang, Jawa tengah.

B. Karakteristik Responden

1. Frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan data karakteristik terhadap jenis kelamin pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang yang diambil sebagai responden dapat dilihat pada Tabel 7 berikut :

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
1	Laki-laki	32	33,0
2	Perempuan	65	67,0
	Total	97	100,0

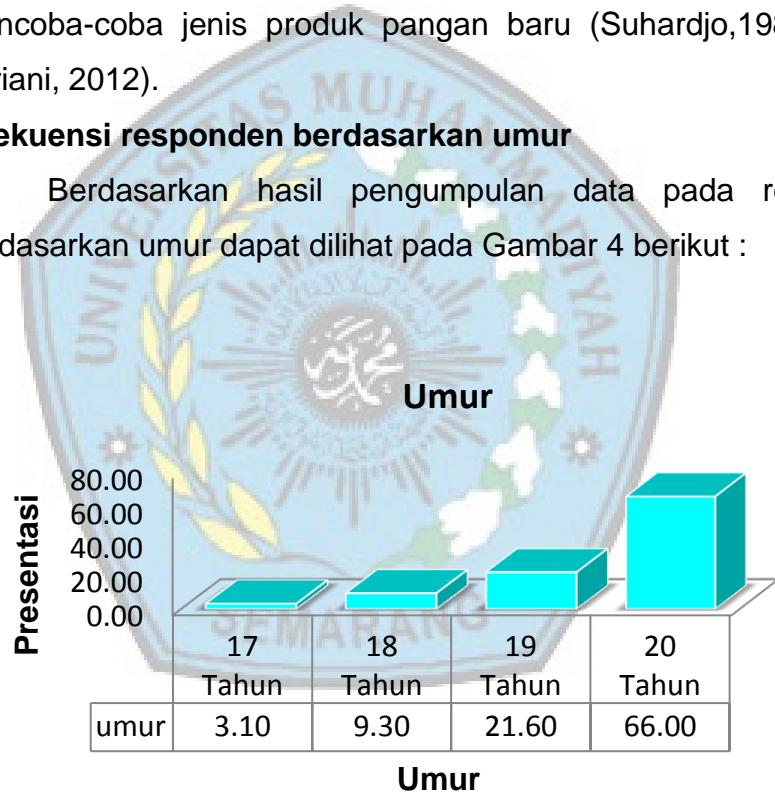
Hasil keterangan Tabel 7 menunjukkan jenis kelamin yang diambil sebagai responden yaitu dari 97 responden diketahui proporsi 65 responden (67%) adalah perempuan lebih besar dibandingkan dengan 32 responden (33%) adalah laki-laki.

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang mayoritas berjenis kelamin perempuan yaitu lebih dari 50%. Dengan banyaknya mahasiswa berjenis kelamin perempuan memberi peluang terhadap besarnya jumlah responden perempuan pada penelitian.

Dalam kehidupan sehari-hari gaya kehidupan perempuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan pangan yang dikonsumsi. Remaja perempuan lebih aktif, lebih banyak makan diluar rumah dan mendapat banyak pengaruh dalam pemilihan makanan yang akan dimakannya serta remaja putri lebih sering mencoba-coba jenis produk pangan baru (Suhardjo,1989 dalam Adriani, 2012).

2. Frekuensi responden berdasarkan umur

Berdasarkan hasil pengumpulan data pada responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Gambar 4 berikut :



Gambar 4. Distribusi Frekuensi Umur Responden

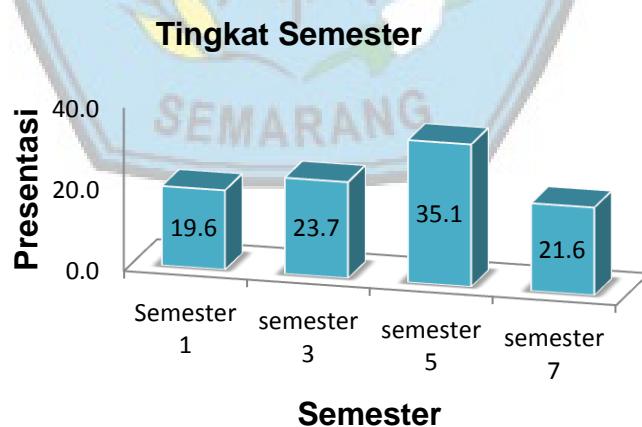
Diketahui Gambar 4 menunjukkan hasil pengumpulan data distribusi frekuensi responden berdasarkan umur diketahui responden yang memiliki umur 17 tahun sebanyak 3 responden (3,10%), umur 18 tahun sebanyak 9 responden (9.30%), umur 19

tahun sebanyak 21 responden (21.60%) dan umur 20 tahun sebanyak 64 responden (66%).

Responden mayoritas berumur 20 tahun dengan bertambahnya umur seseorang akan mempengaruhi perubahan seseorang dan semakin berkembang pula pola pikir dan daya tangkap yang diterima sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin membaik. Pada usia remaja beberapa kemampuan intelektual mengalami kemunduran sementara beberapa lainnya mengalami peningkatan. Kecerdasan kristal (*crystallized intelligence*) adalah kemampuan informasi dan kemampuan verbal seseorang yang meningkat pada usia remaja, sebaliknya kecerdasan cair (*fluid intelligence*) adalah kemampuan seseorang untuk bernalar secara abstrak sudah mulai mengalami penurunan (Notoatmodjo, 2002).

3. Frekuensi responden berdasarkan tingkat semester

Berdasarkan hasil pengumpulan data terhadap latar belakang pendidikan responden, peneliti mengelompokkan menjadi 4 kategori yaitu semester 1, 3, 5 dna 7. Adapun tingkat semester dalam penelitian dilihat pada Gambar 5 berikut :



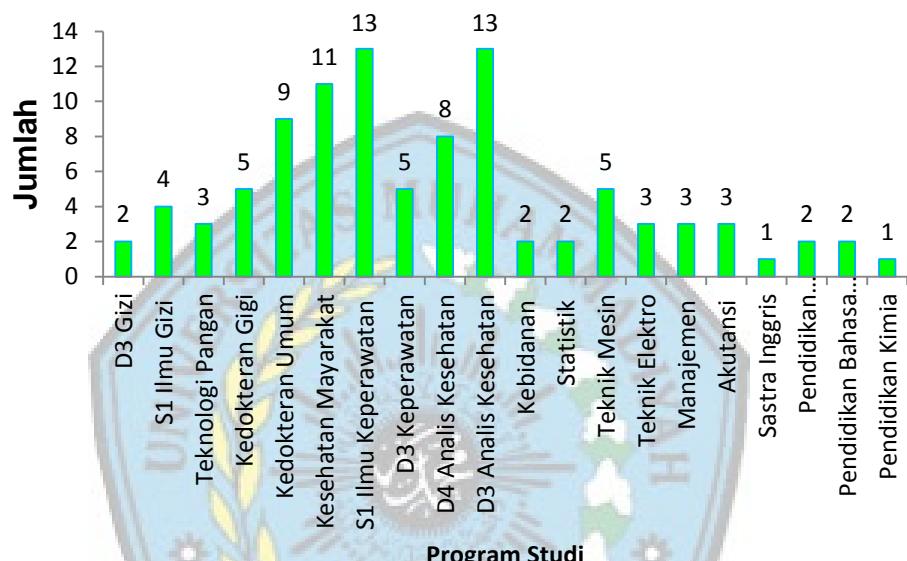
Gambar 5. Distribusi Frekuensi Tingkat Semester Responden

Berdasarkan gambar 5 diketahui bahwa responden penelitian lebih banyak berada pada semester 5 yaitu 35,1%. Dengan semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang akan memudahkan seseorang

untuk menyerap informasi dan mengimplementasikannya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari khususnya dalam kesehatan. Pendidikan formal membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru (Suhardjo,2003).

4. Frekuensi responden berdasarkan program studi

Berdasarkan hasil pengumpulan data responden berdasarkan program studi dapat dilihat pada Gambar 6 berikut:



Gambar 6. Distribusi Frekuensi Program Studi Responden

Berdasarkan Gambar 6 diketahui dengan jumlah sampel yaitu 97 responden, dengan dilakukannya metode *proporsional random sampling* dapat diketahui jumlah sampel terbesar yaitu S1 Ilmu Keperawatan dan D3 Analis Kesehatan dengan masing-masing memiliki 13 sampel responden sedangkan jumlah sampel paling sedikit yaitu sastra inggris dan pendidikan kimia dengan masing-masing memiliki 1 sampel responden.

C. Validitas dan Reliabilitas

Salah satu kunci utama yang harus dipenuhi dari penelitian kuantitatif terletak pada kuesioner yang disebarluaskan. Instrumen yang

dinyatakan valid dan reliabel adalah instrumen yang valid dengan alat ukur yang digunakan. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur terhadap apa yang akan dijadikan pengukuran dalam penelitian, sedangkan instrumen yang reliabel berarti bila digunakan untuk mengukur berkali-kali akan menghasilkan data yang sama (Notoatmodjo,2007).

1. Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 20 for windows, yang dapat dilihat pada r_{hitung} dari variabel pengetahuan pangan halal terhadap variabel sikap keputusan pembelian produk halal adalah sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Validitas Instrumen

Variabel	Item	Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel} (5%)	Keterangan
Pendidikan		Q1	0,516	0,1996	Valid
		Q2	0,394	0,1996	Valid
		Q3	0,359	0,1996	Valid
		Q4	0,443	0,1996	Valid
		Q5	0,386	0,1996	Valid
		Q6	0,434	0,1996	Valid
Pengetahuan pangan halal		Q7	0,445	0,1996	Valid
	Persepsi	Q8	0,447	0,1996	Valid
		Q9	0,428	0,1996	Valid
		Q10	0,398	0,1996	Valid
		Q11	0,434	0,1996	Valid
Pengalaman		Q12	0,442	0,1996	Valid
		Q13	0,447	0,1996	Valid
		Q14	0,450	0,1996	Valid
		Q15	0,431	0,1996	Valid
		Q16	0,456	0,1996	Valid
		Q17	0,577	0,1996	Valid
Informasi		Q18	0,487	0,1996	Valid
		Q19	0,670	0,1996	Valid
Lingkungan	Q20		0,475	0,1996	Valid

Variabel	Item	Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel} (5%)	Keterangan
Pendidikan	Q1	0,504	0,1996	Valid	
	Q2	0,613	0,1996	Valid	
	Q3	0,458	0,1996	Valid	
	Q4	0,357	0,1996	Valid	
Pengalaman	Q5	0,636	0,1996	Valid	
	Q6	0,597	0,1996	Valid	
	Q7	0,594	0,1996	Valid	
Sikap	Q8	0,570	0,1996	Valid	
Keputusan	Q9	0,681	0,1996	Valid	
Pembelian	Q10	0,736	0,1996	Valid	
Produk Halal	Q11	0,662	0,1996	Valid	
	Q12	0,683	0,1996	Valid	
Persepsi	Q13	0,704	0,1996	Valid	
	Q14	0,591	0,1996	Valid	
Informasi	Q15	0,538	0,1996	Valid	
Lingkungan					

Diketahui pada Tabel 8 terlihat bahwa nilai r_{hitung} untuk masing-masing kuesioner memiliki r_{hitung} lebih besar dan positif dibandingkan dengan r_{tabel} untuk (df) adalah $97 - 2 = 95$ dan alpha (5%) dengan uji dua sisi didapat r_{tabel} sebesar 0,1996 artinya masing-masing kuesioner pertanyaan dalam dua variabel X dan Y sudah valid semua.

2. Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu SPSS versi 20 for windows yang dapat dilihat pada Tabel 9 berikut :

Tabel 9. Hasil Reliabilitas Instrumen

Variabel		Reliability		Alpha	Keterangan
		Coefisients			
Pengetahuan	Pangan	20 Item		0,797	Reliabel
Halal					
Sikap	Keputusan	15 Item		0,867	Reliabel
Pembelian	Produk				
Halal					

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,7 ($\alpha \geq 0,7$), yang memiliki arti bahwa semua variabel pengetahuan pangan halal dan sikap keputusan pembelian produk halal adalah reliabel (Johnson & Christensen, 2012). Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan pada penelitian selanjutnya (Arikunto,2006).

D. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan dapat digunakan untuk penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal.

Hasil pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 10 berikut :

Tabel 10. Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov-Smirnov

Kolmogorov-Smirnov Z	pengetahuan	Sikap
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,065	0,454

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan dan sikap memiliki nilai signifikan lebih besar dibandingkan dengan 0,05 yaitu pengetahuan 0,065 dan sikap 0,454. Sehingga variabel pengetahuan dan sikap memiliki data yang

menunjukkan indikasi normal sehingga data tersebut dapat di gunakan untuk penelitian.

E. Pengetahuan

Definisi operasional pengetahuan pangan halal adalah wawasan yang dimiliki terhadap pemahaman pangan halal yang dipersiapkan berdasarkan pada beberapa faktor yaitu pendidikan, persepsi seseorang, pengalaman, informasi dan lingkungan.

1. Pendidikan

Pendidikan adalah suatu upaya seseorang untuk memberikan pengetahuan sehingga terjadi perubahan perilaku yang semakin meningkat. Seseorang yang memiki pendidikan yang baik maka kemampuan untuk menyerap dan memahami pengetahuan yang akan diterimanya. Semakin baik pendidikan responden diharapkan wawasan yang dimilikinya akan semakin luas sehingga pengetahuan juga akan semakin meningkat, sebaliknya jika pendidikan seseorang menurun maka akan mempersempit wawasan seseorang sehingga pengetahuan akan menurun (Notoatmodjo,2003).

Hasil pengumpulan data responden pada tingkat pengetahuan pada faktor pendidikan dapat dilihat pada Tabel 11 berikut :

Tabel 11. Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Pendidikan

Kuesioner	Frekuensi		Presentasi	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Q1	81	16	83,5%	16,5%
Q2	79	18	81,4%	18,6%
Q3	91	6	93,8%	6,2%
Q4	89	8	91,8%	8,2%
Q5	88	9	90,7%	9,3%
Q6	85	12	87,6%	12,4%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 6.

Berdasarkan Tabel 11 dengan menggunakan analisis univariat mayoritas responden menjawab benar pada kuesioner pengetahuan yang berdasarkan pendidikan. Pada Q3 dengan skor tertinggi yaitu 91 responden menjawab benar dengan persentasi 93,8% dengan responden yang menjawab salah hanya sebanyak 6 responden dengan persentasi 6,2%. Sedangkan kuesioner yang memiliki pengetahuan yang berasal dari pendidikan paling rendah adalah kuesioner Q2 dengan 79 responden (81,4%) yang menjawab benar dan 18 responden (18,6%) menjawab salah.

Pada Q3 dengan pertanyaan kuesioner yaitu contoh pangan halal. Dengan kondisi sosial responden dan adanya motivasi responden untuk mengetahui contoh-contoh pangan halal menyebabkan responden banyak menjawab benar. Sedangkan pada Q2 dengan pertanyaan kuesioner yaitu hukum mengkonsumsi pangan halal bagi kaum muslim memiliki skor terendah pada faktor pendidikan karena adanya faktor kebudayaan yang diperoleh dikeluarga yang sudah menjadi kebiasaan. Berdasarkan pendidikan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Ideologi, sosial ekonomi, sosial budaya, perkembangan IPTEK dan psikologi (Hasbullah,2001).

2. Persepsi

Persepsi berasal dari pengalaman yang dihasilkan melalui indera penglihatan, pendengaran, dan penciuman. Dimana setiap individu memiliki persepsi yang berbeda meskipun pada objek yang sama (Notoatmodjo,2003).

Berdasarkan Tabel 12 dapat dideskripsikan bahwa kuesioner yang memiliki skor benar paling banyak adalah kuesioner Q8 yaitu 86 responden menjawab benar (88,7%) dan memiliki tingkat kesalahan yang paling sedikit yaitu 11 responden menjawab salah dengan persentasi 11,3%. Sedangkan kuesioner yang memiliki skor benar paling rendah pada kuesioner Q9 yaitu 55 responden

(56,7%) yang menjawab benar dan 42 responden (43,3%) menjawab salah. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 12 berikut ini :

Tabel 12. Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Persepsi

Kuesioner	Frekuensi		Presentasi	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Q7	70	27	72,7%	27,8%
Q8	86	11	88,7%	11,3%
Q9	55	42	56,7%	43,3%
Q10	83	14	85,6%	14,4%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 6

Berdasarkan Q8 dengan kuesioner penyebab kaum muslim wajib mengkonsumsi pangan halal responden menjawab pertanyaan dengan mayoritas benar karena pemahaman tersebut sudah diperoleh sejak usia dini sehingga memudahkan responden dalam menjawab. Sedangkan pada Q9 dengan kuesioner penyakit dari mengkonsumsi daging babi responden kurang memahami karena penyakit tersebut jarang ditemukan di Indonesia masyarakat mengalami penyakit tersebut sehingga responden jarang melihat dan mendengar secara langsung menyebabkan responden kurang bisa menjawab pertanyaan dengan benar. Persepsi memiliki dua faktor yang mempengaruhi yaitu internal (dari diri sendiri) dan eksternal (lingkungan, latar balakang keluarga, informasi yang diperoleh dan pengetahuan kebutuhan) (Miftah Toha,2003).

3. Pengalaman

Pengalaman adalah sesuatu yang diketahui dan dikerjakan yang merupakan kesadaran akan suatu hal yang tertangkap oleh indera manusia. Pengalaman yang berulang-ulang dialami manusia akan menyebabkan terbentuknya pengetahuan pada manusia (Notoatmodjo,2003).

Hasil pengumpulan data responden pada tingkat pengetahuan pangan halal berdasarkan pengalaman dapat dilihat pada Tabel 13 berikut :

Tabel 13. Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Pengalaman

Kuesioner	Frekuensi		Presentasi	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Q11	85	12	87,6%	12,4%
Q12	64	33	66,0%	34,0%
Q13	36	62	36,1%	63,9%
Q14	79	18	81,4%	1,6%
Q15	51	46	52,6%	47,4%
Q16	44	53	45,4%	54,6%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 6

Berdasarkan Tabel 13 dapat dideskripsikan bahwa responden lebih memiliki skor tertinggi pada tingkat pengetahuan berdasarkan pengalaman pada kuesioner Q11 yaitu 85 responden menjawab pertanyaan dengan benar dengan presentasi 87,6% dan responden yang menjawab salah yaitu 12 dengan presentasi 12,4%. Sedangkan kuesioner yang memiliki tingkat pengalaman paling rendah pada kuesioner Q13 dengan 36 responden (36,1%) menjawab benar dan memiliki tingkat kesalahan terbanyak yaitu 62 responden (63,9%) menjawab salah.

Diketahui Q11 dengan kuesioner pertanyaan penyebab produk halal menjadi haram dengan indera penglihatan dan pendengaran seseorang yang sering mengalami akan memudahkan responden untuk menilai penyebab perubahan produk tersebut. Sedangkan pada Q16 dengan kuesioner pertanyaan langkah awal memilih produk pangan memiliki skor benar yang rendah karena adanya penilaian responden yang sudah menjadi kebiasaan untuk lebih mengutamakan kebutuhan dibandingkan kehalalan produk.

Pengalaman seseorang bisa diperoleh dari dalam kelas sekolah oleh siswa melalui interaksi antara siswa dengan objek sesuai dengan uraian materi pembelajaran. Sedangkan pengalaman yang diperoleh dari luar kelas yaitu observasi, mengamati aktivitas seseorang dan memperhatikan alam sekitar (Tyler,1988)

4. Informasi

Informasi yang diperoleh saat ini akan memberikan pengetahuan baru pada individu dan akan memberikan landasan kognitif baru untuk terbentuknya suatu pengetahuan terhadap pemilihan seseorang nantinya (Notoatmodjo,2003).

Hasil pengumpulan data responden pada pengetahuan yang berdasarkan informasi yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 14 berikut :

Tabel 14. Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Informasi

Kuesioner	Frekuensi		Presentasi	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Q17	57	40	58,8%	41,2%
Q18	66	31	68,0%	32,0%
Q19	59	38	60,8%	39,2%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 6

Berdasarkan Tabel 14 dapat dideskripsikan bahwa tingkat pengetahuan berdasarkan informasi kuesioner yang memiliki jawaban benar paling banyak pada kuesioner Q18 dengan 66 responden (68%) menjawab benar dan 31 responden (32%) menjawab salah. Sedangkan kuesioner yang memiliki tingkat pengetahuan terendah yaitu kuesioner Q17 dengan 57 responden (58,8%) menjawab benar dan 40 responden (41,2%) menjawab salah.

Diketahui Q18 dengan kuesioner pertanyaan mengenai label halal sudah banyak ditemukan dari media cetak, internet maupun

televisi yang memberitahukan mengenai tujuan label halal resmi pada masyarakat sehingga memudahkan responden dalam memperoleh informasi. Sedangkan pada Q17 dengan kuesioner pertanyaan mengenai logo halal responden banyak yang salah memilih jawaban dikarenakan belum adanya informasi yang dapat dipercaya terhadap logo halal resmi milik Indonesia. Faktor yang mempengaruhi informasi antara lain isi informasi, waktu penyajian dan bentuk informasi (Winarno,2004).

5. Lingkungan

Lingkungan merupakan faktor yang mempengaruhi bagi pengembangan pengetahuan pada individu seseorang yang berada pada lingkup lingkungan tersebut (notoatmodjo,2003).

Hasil pengumpulan data responden pada pengetahuan berdasarkan lingkungan dapat dilihat pada Tabel 15 berikut :

Tabel 15. Tingkat Pengetahuan Berdasarkan Lingkungan

Kuesioner	Frekuensi		Presentasi	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Q20	60	37	61,9%	38,1%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 6

Berdasarkan Tabel 15 dapat dideskripsikan bahwa tingkat pengetahuan yang berdasarkan lingkungan termasuk cukup baik dengan 60 responden (61,9%) menjawab benar dan 37 responden (38,1%) menjawab salah.

Diketahui pengetahuan yang berdasarkan pada Q20 pada kuesioner pertanyaan yaitu lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab dalam logo resmi halal di Indonesia responden termasuk cukup baik menjawab benar karena sudah adanya peran lingkungan sekitar yang memiliki pengetahuan sosial yang cukup. Lingkungan sosial terdiri dari orang-orang, individu atau kelompok di sekitar manusia (Soekanto,1986). Lingkungan dapat mudah

dipengaruhi oleh dari teman bergaul, lingkungan tetangga, dan aktivitas dalam masyarakat (Dalyono,1997).

F. Sikap

Definisi operasional sikap yaitu dengan melalui evaluasi umum terhadap suatu isu yang mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian dan konsumsi produk pada konsumen yang dapat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan. Dalam variabel sikap keputusan pembelian produk halal terdapat beberapa faktor yang sama dengan tingkat pengetahuan.

1. Pendidikan

Pendidikan adalah konsep moral yang sangat menentukan sistem kepercayaan seseorang terhadap sikap baik atau buruk dalam bertindak (Notoatmodjo, 2010).

Hasil pengumpulan sikap yang berdasarkan pada pendidikan dapat dilihat pada Tabel 16 berikut :

Tabel 16. Sikap Keputusan Pembelian Berdasarkan Pendidikan

Kuesioner	Frekuensi			Presentasi		
	SS	S	TS	SS	S	TS
Q1	56	39	2	57,7%	40,2%	2,1%
Q2	44	38	15	45,5%	39,2%	15,5%
Q3	35	49	13	36,1%	50,5%	13,3%
Q4	13	72	12	13,4%	74,2%	12,4%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 7

Berdasarkan Tabel 16 dapat dideskripsikan bahwa tanggapan responden pada faktor pendidikan tergolong baik. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dikarenakan tingkat pengetahuan responden pada pendidikan mempengaruhi sikap responden. Tingkat materi yang diperoleh

dalam pendidikan informal dan nonformal sangat baik menyebabkan responden memiliki sikap yang positif.

Diketahui pada Tabel 16 responden mayoritas memilih sangat setuju pada Q1 dan Q2 sedangkan Q3 dan Q4 mayoritas memilih setuju. Berdasarkan sikap responden pada pendidikan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Ideologi, sosial ekonomi, sosial budaya, perkembangan IPTEK dan psikologi (Hasbullah,2001).

2. Pengalaman

Pengalaman adalah suatu peristiwa yang melibatkan emosional yang akan menghasilkan pengalaman yang lebih mendalam dan lebih sering dilakukan sehingga sikap akan lebih mudah terbentu.

Hasil pengumpulan data responden pada sikap yang dipengaruhi oleh faktor pengalaman dapat dilihat pada Tabel 17 berikut :

Tabel 17. Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal Berdasarkan Pengalaman

Kuesioner	Frekuensi			Presentasi		
	SS	S	TS	SS	S	TS
Q5	60	36	1	61,9%	37,1%	1,0%
Q6	46	39	12	47,4%	40,2%	12,4%
Q7	39	45	13	40,2%	46,4%	13,4%
Q8	45	43	9	46,6%	44,3%	9,3%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 7

Berdasarkan Tabel 17 dapat dideskripsikan bahwa tanggapan responden pada faktor pengalaman tergolong baik. Mayoritas responden menjawab sangat setuju dan setuju dikarenakan responden memilih sesuai dengan pengaruh tingkat pengetahuan yang berdasarkan pengalaman. Responden memiliki sikap yang baik karena adanya pengalaman yang berdasarkan

indera penglihatan dan pendengaran yang berulang kali menyebabkan responden mudah memilih sikap yang baik.

Diketahui pada Tabel 7 faktor pengalaman pada Q5,Q6 dan Q8 mayoritas memilih sangat setuju sedangkan pada Q7 responden memilih setuju dengan pertanyaan lebih kritis dalam membeli produk pangan. Pengalaman responden yang berdasarkan pada sikap seseorang yang bisa diperoleh dari dalam kelas sekolah oleh siswa melalui interaksi antara siswa dengan objek sesuai dengan uraian materi pembelajaran. Sedangkan pengalaman yang diperoleh dari luar kelas yaitu observasi, mengamati aktivitas seseorang dan memperhatikan alam sekitar (Tyler,1988)

3. Persepsi Seseorang

Persepsi seseorang yang cenderung searah dengan orang lain yang dianggap penting yang dilatar belakangi oleh keinginan untuk menghindari konflik sehingga akan timbul sikap seseorang yang bersifat sementara (Notoatmodjo,2003)

Dapat dideskripsikan bahwa tanggapan responden untuk faktor persepsi seseorang tergolong baik hal ini dapat dipaparkan pada Tabel 18. Mayoritas responden memilih jawaban dengan sangat setuju dan setuju dalam sikap keputusan pembelian produk halal yang telah dipengaruhi oleh persepsi seseorang. Pengaruh persepsi yang diperoleh responden karena adanya pengaruh dari lingkungan yang mudah diterima.

Tabel 18. Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal Berdasarkan Persepsi Seseorang

Kuesioner	Frekuensi			Presentasi		
	SS	S	TS	SS	S	TS
Q9	49	44	4	50,5%	45,5%	4,1%
Q10	45	50	2	46,6%	51,5%	2,1%
Q11	51	44	2	52,6%	45,5%	2,1%
Q12	59	35	3	60,8%	36,1%	3,1%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 7

Berdasarkan Tabel 18 Responden pada sikap yang dipengaruhi oleh persepsi mayoritas memilih sangat setuju pada Q9,Q11 dan Q12 sedangkan pada Q10 responden lebih memilih pada setuju dengan pertanyaan logo halal resmi dari MUI. Persepsi memiliki dua faktor yang mempengaruhi yaitu internal (dari diri sendiri) dan eksternal (lingkungan, latar balakang keluarga, informasi yang diperoleh dan pengetahuan kebutuhan) (Miftah Toha,2003). Menurut (Widayatun,1999) persepsi memiliki beberapa faktor yang meliputi faktor intrinsik dan ekstrinsik, faktor usia, faktor *Ipoleskosbud Hankam*, faktor kematangan, faktor lingkungan, faktor pembawaan, dan faktor kesehatan.

4. Infomasi

Informasi yang salah satu diperoleh dari media massa akan memberikan sugesti yang akan mengarahkan opini pada individu (Notoatmodjo,2010).

Hasil pengumpulan data responden pada sikap yang berasal dari faktor informasi dapat dilihat pada Tabel 19 berikut:

Tabel 19. Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal Berdasarkan Informasi

Kuesioner	Frekuensi			Presentasi		
	SS	S	TS	SS	S	TS
Q13	57	36	4	58,8%	37,1%	4,1%
Q14	32	55	10	33,0%	56,7%	10,3%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 7

Berdasarkan Tabel 19 dapat dideskripsikan bahwa tanggapan responden untuk faktor informasi termasuk baik. Mayoritas responden memilih sangat setuju dan setuju dalam sikap keputusan pembelian produk halal yang dipengaruhi faktor informasi yang mudah diperoleh saat ini.

Sebanyak 58,8% pada kuesioner Q13 responden memilih sangat setuju dengan pertanyaan kewajiban mencantumkan logo halal resmi. Sedangkan kuesioner Q14 dengan 56,7% memilih setuju dengan pertanyaan jaminan logo halal MUI. Faktor yang mempengaruhi informasi antara lain isi informasi, waktu penyajian dan bentuk informasi (Winarno,2004). Kualitas suatu informasi tergantung dari tiga hal yaitu informasi harus akurat, tepat pada waktu dan relevan (Jugiyanto,2005).

5. Lingkungan

Hasil pengumpulan data responden pada sikap yang berdasarkan lingkungan dapat dilihat pada Tabel 20 berikut :

Tabel 20. Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal Berdasarkan Lingkungan

Kuesioner	Frekuensi			Presentasi		
	SS	S	TS	SS	S	TS
Q15	49	45	3	50,5%	46,4%	3,1%

Keterangan Q = No pertanyaan kuesioner yang selengkapnya ada pada lampiran 7

Berdasarkan Tabel 20 dapat dideskripsikan bahwa tanggapan responden terhadap faktor informasi tergolong baik. Mayoritas responden memilih sangat setuju dan setuju dalam keputusan pembelian produk halal yang dipengaruhi oleh pengetahuan lingkungan berdasarkan pengaruh dari aktivitas mahasiswa di masyarakat .

Sebanyak 50,5% pada kuesioner Q20 responden memilih sangat setuju. Lingkungan sosial yang terdiri dari orang-orang, individu atau kelompok di sekitar manusia (Soekanto,1986). Lingkungan dapat mudah dipengaruhi oleh dari teman bergaul, lingkungan tetangga, dan aktivitas dalam masyarakat (Dalyono,1997).

G. Penilaian Pengetahuan Pangan Halal

Hasil analisis data univariat penilaian pengetahuan pangan halal dapat dilihat pada Tabel 21 berikut :

Tabel 21. Penilaian Pengetahuan Pangan Halal

No	Pengetahuan Pangan Halal	Skor	Skala penilaian	Kriteria
1	Pendidikan	513	76% - 100%	Baik
2	Persepsi	294	76% - 100%	Baik
3	Pengalaman	358	56 %- 75%	Cukup
4	Informasi	182	56% - 75%	Cukup
5	Lingkungan	60	56 %- 75%	Cukup
Indek komulatif		1407	56 %- 75%	Cukup

Berdasarkan Tabel 21 menunjukkan nilai inklusi sebanyak 1407 skor responden menjawab benar memiliki kriteria yang cukup. Hal ini didukung dengan responden memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda-beda dari pendidikan dan persepsi responden memiliki kriteria baik sedangkan pada pengalaman, lingkungan dan informasi memiliki kriteria cukup.

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan sebagian besar diperoleh melalui mata dan telinga (Fitriani,2011). Semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin mudah pula mereka menerima informasi dan semakin banyak pula pengetahuan yang dimilikinya (Iqbal dkk,2007).

Pendidikan responden pada kueisoner ini dipengaruhi oleh pendidikan informal dan nonformal dimana responden lebih mudah menerima saat ini sehingga pada faktor pengetahuan pendidikan memiliki skor tertinggi.

Persepsi yang berasal dari perhatian seseorang sehingga individu mempu mengetahui, mengartikan dan menghayati tentang hal yang damati baik didalam atau diluar diri individu (Sunaryo,2004). Persepsi responden memiliki kriteria yang baik karena adanya pengaruh dari pembawaan diri sendiri, kebutuhan pesikologis, alat indera, dan pengalaman yang diperoleh.

H. Penilaian sikap keputusan pembelian produk halal

Hasil analisis data univariat pada sikap keputusan pembelian produk halal dapat dilihat pada Tabel 22 berikut :

Tabel 22. Penilaian Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal

No	Sikap	Rata-rata	Skala penilaian	Kriteria
1	Pendidikan	2,27	≥ mean	Positif
2	Pengalaman	2,40	≥ mean	Positif
3	Persepsi	2,50	≥ mean	Positif
4	Informasi	2,39	< mean	Negatif
5	Lingkungan	2,47	≥ mean	Positif
Indek komulatif		2,40	≥ mean	Positif

Berdasarkan Tabel 22 menunjukkan bahwa jawaban dari sikap responden dalam memiliki keputusan pembelian produk halal memiliki

kriteria yang positif. Hal tersebut diketahui dari penilaian setiap skor yang dihasilkan dari faktor sikap yang menunjukkan bahwa rata-rata bernilai positif dengan rincian penilaian sikap yaitu satu faktor sikap pada informasi memiliki rata-rata 2,39 dibawah skala penilaian sehingga memiliki kriteria yang negatif dan empat faktor sikap yang lain memiliki kriteria positif yang dikarenakan skor rata-rata lebih dari skala penilaian.

Pada penilaian deskripsif univariat kuantitatif sikap responden terhadap keputusan pembelian produk halal pada Tabel 22 dengan menggunakan metode (Azwar,2001) dimana sikap positif \geq mean dan negatif $<$ mean. Dari hasil penilaian data lapangan dapat diperoleh nilai total rata-rata responden menjawab pertanyaan adalah 2,40 dengan demikian diketahui bahwa nilai sikap keputusan pembelian produk halal memperoleh nilai positif sehingga menunjukkan bahwa responden memiliki rata-rata sikap yang positif sebelum membeli produk halal.

Pada penilaian sikap faktor informasi memiliki kriteria yang negatif sendiri dibandingkan dengan faktor yang lain. Penyebab informasi memiliki nilai yang negatif karena adanya pengaruh informasi yang kurang akurat yang diperoleh responden.

Menurut (Jogiyanto,1999) informasi sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti lagi bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk mengambil keputusan.

I. Persamaan Regresi Linier Sederhana

1. Regresi

Dengan menggunakan rumus perhitungan persamaan garis regresi. Hasil analisis data dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 20.0 dapat dilihat pada Tabel 23 sebagai berikut :

Tabel 23. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
	(Constant)	31,568	1,422
1	Pengetahuan		
	Pangan Halal	0,178	0,054
	(X)		0,320

a. Dependen Variabel:Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana pada Tabel 23 diketahui koefisien pada variabel bebas $X = 0,178$ dan konstanta sebesar 31,568 sehingga dihasilkan bentuk model persamaan regresi linier sederhana adalah :

$$Y = 31,568 + 0,178X$$

Dimana :

Y = Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal

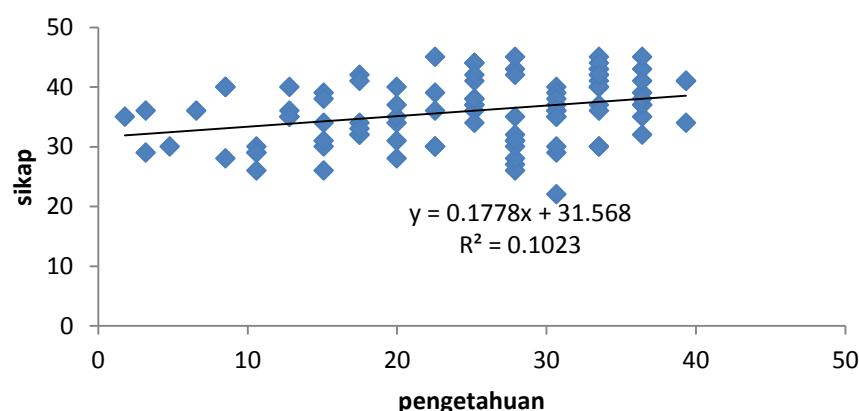
X = Tingkat Pengetahuan Pangan Halal

1. Nilai konstanta (Y) sebesar 31,568 yang memiliki arti jika variabel tingkat pengetahuan pangan halal memiliki nilai adalah nol (0), maka variabel sikap keputusan pembelian produk halal (Y) akan berada pada angka 31,568.
2. Koefisien regresi tingkat pengetahuan pangan halal (X) berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana didapat nilai *coefficients* (b) = 0,178. Sehingga dapat diartikan bahwa setiap adanya peningkatan tingkat pengetahuan pangan halal (X) pada suatu produk maka sikap responden terhadap keputusan pembelian produk halal (Y) juga akan meningkat dengan anggapan konstanta sebesar 31,568.

Dari persamaan regresi tersebut diketahui bahwa parameter koefisien regresi pada variabel pengetahuan pangan halal bernilai

positif terhadap sikap keputusan pembelian produk halal yang memiliki makna setiap terjadi peningkatan pada variabel pengetahuan pangan halal maka sikap keputusan pembelian produk halal akan mengalami kenaikan.

Hasil persamaan regresi sesuai diagram scatter dengan hubungan pengetahuan dan sikap memiliki hubungan yang positif dapat dilihat dari Gambar 7 sebagai berikut :



Gambar 7. Pola Scatter Diagram

Berdasarkan Gambar 7 dapat diketahui bahwa pola hubungan pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal adalah naik yang memiliki arti bahwa adanya hubungan antara pengetahuan dan sikap yang positif dengan nilai korelasi yang cukup.

Hal ini dikarenakan nilai pengetahuan pada penelitian yang memiliki kriteria cukup serta sikap yang positif menyebabkan adanya nilai yang positif dalam persamaan regresi.

Dengan peningkatan semakin baik pengetahuan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang maka akan semakin baik sikap dalam memutuskan pembelian produk halal.

2. Uji hipotesis uji T

Uji T untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal.

Apabila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebaliknya jika nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Hasil uji hipotesis uji T dengan menggunakan SPSS for windows versi 20.0 dapat dilihat pada Tabel 24 berikut :

Tabel 24. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Model	<i>Unstandardize d Coefficients</i>		<i>Standardize d</i>		
	B	Std. Error	Coefficients	T	Sig.
(Constant)	31,568	1,422		22,205	0,000
1 Pengetahua n Pangan	0,178	0,054	0,320	3,290	0,001
Halal (X)					

a. Dependen Variabel: Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal (Y)

Diketahui bahwa t_{tabel} pada penelitian derajat kebebasan $df=97-2$ dengan signifikan 5% adalah 0,1996. Sedangkan nilai t_{hitung} pada Tabel 24 adalah 3,290 sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} . Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan pangan halal (X) terhadap sikap keputusan pembelian produk halal (Y). Dengan kata lain H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3. Koefisien korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk memasukkan data yaitu data yang telah masuk dan terkumpul dari nilai variabel dependen dan independen yang diolah dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan rumus statistik untuk menghitung rumus tersebut harus membuat korelasi *product moment* yang dapat dilihat pada Tabel 25 berikut :

**Tabel 25. Koefisien Korelasi Tingkat Pengetahuan
Pangan Halal Terhadap Sikap
Keputusan Pembelian Produk Halal**

Responden	X (Transformasi)	Y (Transformasi)	X ²	Y ²	XY
Total	97	2377,93	3485	67097,07	127931

Berdasarkan data Tabel 25 dapat diketahui :

$$\begin{aligned}\sum N &= 97 & \sum X^2 &= 67097,07 \\ \sum X &= 2377,93 & \sum Y^2 &= 127931 \\ \sum Y &= 3485 & \sum XY &= 86998,12\end{aligned}$$

Adapun langkah selanjutnya adalah memasukkan hasil dari tabel kerja pada Tabel 25 kedalam rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :

$$\begin{aligned}r_{xy} &= \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \\ &= \frac{97 \times 86998,12 - (2377,93)(3485)}{\sqrt{\{97 \times 67097,07 - (2377,93)^2\}\{97 \times 127931 - (3485)^2\}}} \\ &= \frac{8438817,64 - 8287086,05}{\sqrt{\{6508415,79 - 5654551,08\}\{12409307 - 12145225\}}} \\ &= \frac{151731,59}{\sqrt{\{853864,71\}\{264082\}}} \\ &= \frac{151731,59}{\sqrt{225490300346,22}} \\ &= \frac{151731,59}{474858,19} \\ &= 0,320\end{aligned}$$

Jadi nilai koefisien korelasi XY adalah 0,320

Dari hasil korelasi tersebut kemudian disesuaikan dengan nilai koefisien korelasi *product moment* pada tabel dengan nilai sebagai berikut :

$$\begin{aligned} df &= N - nr \\ &= 97 - 2 \\ &= 95 \end{aligned}$$

Dalam pengujian signifikansi 5% dengan menggunakan nilai r_{tabel} sebesar 0,1996 dimana angka r_{tabel} lebih kecil dibandingkan dengan r_{hitung} sebesar 0,320. Artinya korelasi tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal terdapat signifikansi dan korelasi (ada hubungan yang positif) antara variabel dependen dan independen.

Demikian juga dengan hasil output SPSS for windows versi 20.0 dengan menggunakan *correlate bivariate product moment* dapat dilihat pada Tabel 26 sebagai berikut :

Tabel 26. Analisis SPSS Koefisien Korelasi Antara Pengetahuan Pangan Halal Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal

		Pengetahuan	Sikap
Pengetahuan (X)	Pearson Correlation	1	0,320**
	Sig. (2-tailed)		0,001
	N	97	97
	Pearson Correlation	0,320**	1
	Sig. (2-tailed)	0,001	
	N	97	97

**. Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel 26 menunjukkan nilai *pearson correlation* atau nilai koefisien korelasi $r = 0,320$ dan sig. pada angka 0,001 yang berada dibawah 0,05 yang artinya terdapat hubungan antara variabel tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal adalah positif dan signifikan.

Pada Tabel 27 dapat dilihat interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 27. Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Nilai R	Kriteria
1	0,00	Tidak ada hubungan
2	$>0,00 - 0,25$	Sangat rendah
3	$>0,25 - 0,5$	Cukup
4	$>0,5 - 0,75$	Kuat
5	$>0,75 - 0,99$	Sangat kuat
6	1,00	Korelasi sempurna

Sumber : Sarwono, 2006

Berdasarkan tabel 26 dapat diketahui bahwa nilai korelasi pada penelitian adalah 0,320 yang memiliki nilai korelasi cukup sesuai dengan tabel 28 pada hubungan pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Badrialaily (2004) yang berjudul studi tentang pola konsumsi serat pada mahasiswa dimana adanya hubungan antara pengetahuan dan sikap gizi terhadap serat.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Welly Anggun Nanka Limo (2012) yang berjudul hubungan tingkat pengetahuan dengan sikap mahasiswa psikologi UNI Syarif Hidayatullah Jakarta tentang makanan berserat tahun 2011 dimana pada penelitian ini tidak adanya hubungan antara tingkat pengetahuan dengan sikap mahasiswa psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tentang makanan berserat.

Adanya Keeratan hubungan yang bernilai cukup pada penelitian ini menandakan bahwa masih banyak variabel yang lain yang mempengaruhi hubungan tersebut. Hal ini disebabkan Karena faktor-faktor lain yang mempengaruhi pembentukan sikap remaja seperti faktor emosional dan pengaruh kelompok sebaya.

4. Koefisien determinasi R²

Analisis koefisien determinasi R² dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai presentasi kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil perhitungan SPSS for windows versi 20.0 dihasilkan nilai koefisien determinasi R² yang dapat dilihat pada Tabel 28 berikut :

Tabel 28. Koefisien Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	0,320 ^a	0,102	0,093	5,072	

a. Predictors: (Constant), pengetahuan

Berdasarkan Tabel 28 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah 0,102 artinya setiap variasi perubahan variabel pada sikap keputusan pembelian produk halal (Y) yang dipengaruhi oleh variabel tingkat pengetahuan pangan halal (X) sebesar 10,2%. Hal ini memperkuat pengaruh tingkat pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal adalah 10,2% sedangkan sisanya sebesar 89,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sesuai dengan hasil hipotesis sebagai berikut :

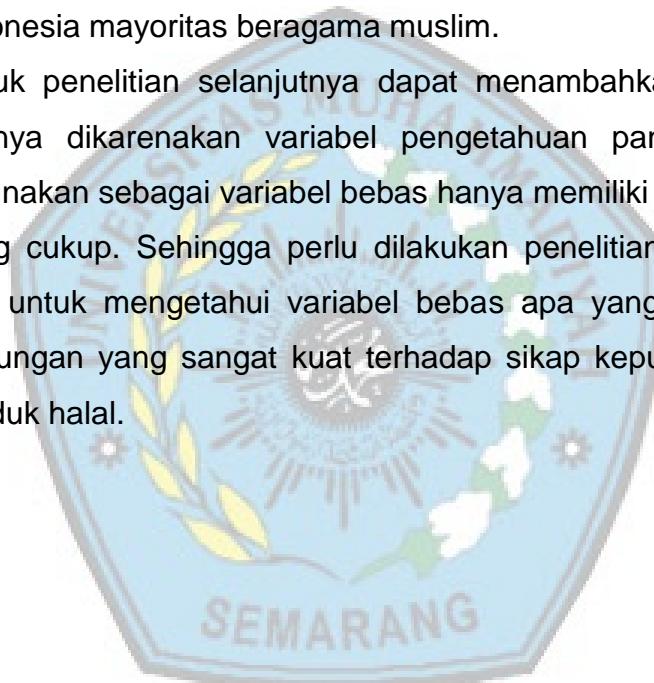
1. Ada perbedaan pengetahuan pangan halal yang dimiliki responden. Tingkat pengetahuan yang berdasarkan pendidikan dan persepsi memiliki tingkat kriteria yang baik dibandingkan dengan faktor pengetahuan yang lain seperti pengalaman, informasi, dan lingkungan yang memiliki kriteria cukup. Sedangkan hasil jumlah indeks komulatif pengetahuan pangan halal berada pada kriteria cukup.
2. Ada perbedaan sikap keputusan pembelian produk halal yang dimiliki responden. Sikap keputusan pembelian produk halal memiliki nilai yang negatif pada faktor yang diperoleh dari informasi (media masa) sedangkan pada faktor yang lain yaitu pendidikan, pengalaman, persepsi dan lingkungan sikap memiliki nilai yang positif. Pada indeks komulatif rata-rata responden memiliki sikap keputusan pembelian produk halal memiliki nilai kriteria positif
3. Hubungan antara pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan pembelian produk halal dengan ketepatan korelasi yang bernilai adanya hubungan yang cukup. Diketahui bahwa ada hubungan positif antara pengetahuan pangan halal dan sikap keputusan pembelian produk halal. Hal ini sesuai dengan pola scatter diagram yang menuju ke atas dan berada di kanan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan penulis memberikan saran yang bertujuan untuk meningkatkan

pengetahuan pangan halal terhadap sikap keputusan sebelum melakukan pembelian produk halal adalah :

1. Bagi para mahasiswa dapat lebih kritis dalam pembelian produk halal dengan meningkatkan pengetahuan dari segi informasi, lingkungan, dan pengalaman agar dapat mengetahui perbedaan produk yang benar-benar halal dengan produk yang tidak halal.
2. Dinas kesehatan, dewan MUI dan pemerintah diharapkan untuk lebih intens untuk melakukan sosialisasi pada seluruh perusahaan di Indonesia agar melakukan sertifikasi halal pada produk-produk yang diciptakan terutama produk pangan dimana masyarakat Indonesia mayoritas beragama muslim.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel yang lainnya dikarenakan variabel pengetahuan pangan halal yang digunakan sebagai variabel bebas hanya memiliki tingkat hubungan yang cukup. Sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih baik lagi untuk mengetahui variabel bebas apa yang memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap sikap keputusan pembelian produk halal.



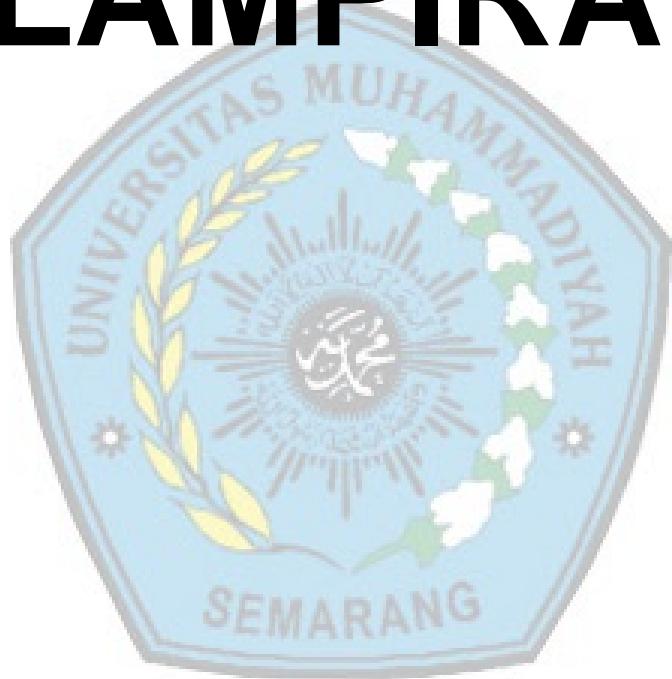
DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, S.2012. Pengantar Gizi Masyarakat. Jakarta:Kencana Prenada Media Group.
- Antonio, Moh. Syafi'i. 2001. Bank Syariah dari Teori ke Praktek. Jakarta:Gema Insani Press.
- Apriyantono , Anton.1988. Analisis Pangan. Bogor:PAU Pangan dan Gizi IPB
- Asmaiyan. 2004. Faktor – Faktor yang Berhubungan dengan Kepatuhan Konsumen Membaca Label Produk Pangan di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan Tahun 2003. (Tesis). Depok. Fakultas Kesehatan Masyarakat UI.
- Azwar, S. 2011. Sikap manusia teori dan pengukurannya. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. 2010. Data Statistik Indonesia: Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur, Jenis Kelamin, Provinsi, dan Kabupaten/Kota, 2005. Available from: http://demografi.bps.go.id/versi1/index.php?option=com_tabel&task=&Ite mid=1. [Akses 10 Januari 2016]
- [BPKN] Badan Perlindungan Konsumen Nasional. 2007. Hasil Kajian BPKN di Bidang Pangan Terkait Perlindungan Konsumen. <http://www.indonesia.go.id>. Diakses 10 Januari 2016
- Badrialaily. 2004. Studi tentang pola konsumsi serat pada mahasiswa. (Skripsi). Bogor. Institute Pertanian Bogor.
- Dalyono, M. 1997. Psikologi Pendidikan. Jakarta:Penerbit Rineka Cipta
- Departemen Agama. 1992. Al-Quran dan terjemahannya. Jakarta: Departemen Agama.
- Geldard, David. 2011. Konseling remaja. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Girindara, Aisjah. 2006. Menjamin kehalalan dengan label halal. Perspektif Food Review Indonesia. Volume 1 No 9 hal 12-13.
- Fitriani, S. 2011. Promosi Kesehatan. Cetakan 1. Yogyakarta:Graha Ilmu
- Hasbullah. 2001. Teknologi Tepat Guna Argoindustri Kecil Sumatera Barat Pektin Jeruk. Jakarta:Dewan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Industri Sumatera Barat
- Hariyadi, P. (2006). Halal dan sekaligus praktis. Editorial Food Review Indonesia. Volume 1 No 5. Bogor.

- Hartono , Jogyanto. 1999. Pengenalan Komputer. Yogyakarta:Andi.
- Hermaninto, J. 2006. Tinjauan Titik Kritis Halal-Haram Produk Olahan Daging. Food Review Indonesia Vol.1 No 9. Bogor.
- Johnson, B and Christensen, L. 2012. *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches*. London: SAGE Publications, Inc.
- Jogyanto. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jonathan, Sarwono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta :Graha Ilmu
- LPPOM MUI. 2006. <https://www.halalmui.org>. diakses 20 april 2016.
- Mahran, Jamaluddin, 'Abdul 'Aziz Hafna Mubasyir. 2006. Al Qur'an Bertutur Tentang Makanan & Obat-Obatan. Yogyakarta:Mitra Pustaka.
- Mubarak, Wahid Iqbal, dkk. 2007. Promosi Kesehatan Sebuah Pengantar Proses Belajar Mengajar dalam Pendidikan. Yogyakarta:Graha Ilm
- Miftah Thoha. 2003. Kepemimpinan Dalam Manajemen Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Mc. Williams, Margaret. 1993. *Nutrition for The Growing Years*. Playcon Press. California.
- Notoatmodjo, S. 2003. Pendidikan dan perilaku kesehatan. Jakarta:Rineka Cipta,.
- Notoatmodjo, S. 2005. Promosi kesehatan teori dan aplikasi. Cet. Ke-1, September. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. 2010. Promosi kesehatan teori dan aplikasi. Jakarta: Rineka cipta.
- Potter & Perry. 2009. Buku Ajar Fundamental Keperawatan : Konsep, Proses & Praktek. Edisi 4. Vol 1. Jakarta: EGC.
- Roberts, Worthington and William. 2000. Nutrition throughout the Life cycle. Singapore:Fouth Edition, Mc graw Hill.
- Shafie S, Othman N Md, (2006). *Halal Certification: an international marketing issue and challenges*. http://www.ctw-congress.de/ifsam/download/track_13/pap00226.pdf. diakses 18 Oktober 2015.
- Soetjiningsih. 2010. Tumbuh kembang remaja dan permasalahannya. Jakarta:Sagung Seto.
- Sugiyono, 2005. *Statistic untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Suhardjo. 2003. Berbagai cara pendidikan gizi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sunaryo. 2004. Psikologi Untuk Keperawatan. Jakarta:EGC
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sukanto, 2000. Organisasi perusahaan, teori Struktur dan perilaku. Ed,2. Yogyakarta:Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Suwono. 2011. Definisi Mahasiswa. Available online at <http://definisipengertian.com/2011/pengertian-mahasiswa/> (diakses tanggal 8 Maret 2016)
- Tyler, V.E, et al. (1988). Pharmacognosy. Ninth Edition. Lea and Febiger. Philadelphia. Pages. 57-59, 67, 77-78,186-187
- Qardhawi , Yusuf . 2000. *Halal dan Haram*. Jakarta: Rabbani Press.
- Wawan, A dan Dewi, M. 2010. Teori dan pengukuran pengetahuan , Sikap dan perilaku manusia. Yogyakarta:Nuha Medika.
- Welly Anggun Nanka Limo. 2012. Hubungan tingkat pengetahuan dengan sikap mahasiswa psikologi UNI Syarif Hidayatullah Jakarta Tentang Makanan Berserat tahun 2011. (Skripsi). Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Williams, T. M. (1993), "Risk Management Infrastructure". International Journal of Project Management, Vol./ 11, pp. 5-10
- Winarno F.G. 2004. Kimia Pangan dan Gizi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

LAMPIRAN



Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN TENTANG PANGAN HALAL TERHADAP SIKAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG

A. KETERANGAN PETUGAS DAN RESPONDEN

1. Nama Petugas Pencacah (PCS) :

.....
Tanggal Pencacahan :

.....
Waktu Pencacah :

Tanda Tangan
.....

2. Nama Responden :

Tanda Tangan
.....

B. KARAKTERISTIK RESPONDEN

- | | | | | | |
|--------------------------|------------------------------------|---------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Nama | : | No. Responden | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Jenis Kelamin | : 1. Laki – laki 2. Perempuan | | <input type="checkbox"/> | | |
| 3. Umur | : Tahun | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 4. Background Pendidikan | : 1. SMA 2. SMK | | <input type="checkbox"/> | | |
| | 3. MAN 4. MA | | | | |
| 5. Program Studi | : | | <input type="checkbox"/> | | |
| 6. Semester | : | | <input type="checkbox"/> | | |

Lampiran 2

Pengetahuan Pangan Halal

Jawablah pertanyaan dibawah ini berilah tanda [X] !

Q1. Apakah pengertian dari pangan halal ?

(Jawaban boleh lebih dari satu)

- [1] Pangan yang dibolehkan dikonsumsi menurut ajaran islam
- [2] Pangan yang tidak diproses sesuai syariat islam
- [3] Pangan yang belum memiliki sertifikat resmi LPPOM MUI
- [4] Pangan yang tidak mengandung bahan haram
- [5] Semua benar

Q2. Apakah hukumnya mengkonsumsi pangan halal bagi kaum muslim ?

[1] Syubhat

[2] Sunah

[3] Wajib

[4] Thoyib

[5] Tidak tahu

Q3. Dibawah ini manakah contoh pangan halal bagi kaum muslim ?

(Jawaban boleh lebih dari satu)

[1] Telur

[2] Darah

[3] Bangkai ikan paus

[4] Ayam tiren

[5] Semua benar

Q4. Dibawah ini manakah contoh pangan haram bagi kaum muslim?

(Jawaban boleh lebih dari satu)

[1] Umbi-umbian

[2] Bangkai hewan darat

[3] Turunan babi

[4] Susu

[5] Semua benar

Q5. Dibawah ini manakah yang termasuk bahan tambahan pangan yang diharamkan ?

(Jawaban boleh lebih dari satu)

[1] Khamr / Minuman memabukuan

[2] Garam

[3] Wine / Minuman beralkhol

[4] Oliv oil

[5] Semua benar

- Q6. Dibawah ini manakah istilah daging babi pada produk pangan ?
(Jawaban boleh lebih dari satu)
- [1] Ham
 - [2] Pig
 - [3] Cow
 - [4] Chiken
 - [5] Benar semua
- Q7. Manakah yang termasuk syarat kehalalan pangan sesuai dengan syariat Islam **kecuali** ?
- [1] Tidak mengandung babi dan bahan turunan babi
 - [2] Mengandung *khamr* dan turunannya
 - [3] Berasal dari bangkai hewan darat
 - [4] Pangan yang bermanfaat bagi tubuh
 - [5] Semua benar
- Q8. Dibawah ini manakah penyebab pangan halal wajib bagi kaum muslim?
(Jawaban boleh lebih dari satu)
- [1] Keyakinan seseorang
 - [2] Harga lebih murah
 - [3] Perintah agama
 - [4] Mengikuti perkembangan zaman
 - [5] Semua benar
- Q9. Penyakit apakah yang ditimbulkan bila sering mengkonsumsi daging babi ?
(Jawaban boleh lebih dari satu)
- [1] Bengkak
 - [2] Batuk
 - [3] Anemia
 - [4] Tifus
 - [5] Semua benar
- Q10. Apa penyebab *alkohol* haram untuk dikonsumsi kaum muslim ?
(Jawaban boleh lebih dari satu)
- [1] Dapat memabukan
 - [2] Merusak jaringan otak
 - [3] Menghilangkan Capek
 - [4] Rasanya pahit
 - [5] Semua benar

Q11. Dibawah ini manakah penyebab produk berubah menjadi haram untuk dikonsumsi ?

(Jawaban boleh lebih dari satu)

- [1] Saat pemotongan hewan tidak menyebut nama Allah SWT
- [2] Produk pangan bersifat *toksin* / racun
- [3] Melalui peralatan yang digunakan dalam proses produksi
- [4] Ada pemisah tempat penyimpanan produk haram dan halal
- [5] Semua benar

Q12. Bagaimana cara mencegah produk halal agar tidak menjadi haram ?

(Jawaban boleh lebih dari satu)

- [1] Proses pengangkutan produk dilakukan dengan bersamaan
- [2] Adanya pembeda alat bekas produk haram dan halal
- [3] Dimasak hingga matang
- [4] Hindari kontak antara produk halal dan haram
- [5] Semua benar

Q13. Dimana tempat yang mudah ditemui produk pangan halal ?

[1] Supermarket

[2] Diskotik

[3] *Cines resto*

[4] Pasar tradisional

[5] Semua benar

Q14. Dibawah ini manakah yang termasuk minuman halal?

(Jawaban boleh lebih dari satu)

- [1] Rum
- [2] Soft drink
- [3] Mocktail
- [4] Whiskey
- [5] Semua benar

Q15. Siapa yang wajib mengkonsumsi pangan halal ?

[1] Semua kalangan

[2] Semua masyarakat muslim

[3] Masyarakat muslim kalangan menengah keatas

[4] Masyarakat muslim kalangan menengah kebawah

[5] Semua benar

Q16. Apakah yang pertama kali diperhatikan konsumen muslim saat memilih produk pangan ?

(Jawaban boleh lebih dari satu)

- [1] Label halal
- [2] Komposisi
- [3] Harga
- [4] Merk
- [5] Tanggal kadaluarsa
- [6] Semua benar

Q17. Dibawah ini yang merupakan logo halal resmi di Indonesia adalah



[1]



[2]



[3]



[4]

[5] Tidak tahu

Q18. Apakah tujuan utama dari label halal resmi MUI bagi konsumen muslim ?
(Jawaban boleh lebih dari satu)

- [1] Sebagai Informasi produk memiliki sertifikat resmi LPPOM MUI
- [2] Memberi kenyamanan konsumen muslim
- [3] Sebagai tren zaman sekarang
- [4] Meningkatkan kualitas produk
- [5] Semua benar

Q19. Informasi pangan halal darimana yang wajib dipercayai kaum muslim?
(boleh lebih dari satu jawaban yang anda anggap benar)

- [1] Al-qura'an
- [2] Internet
- [3] Hadist
- [4] Brosur
- [5] Keluarga
- [6] Semua benar

20. Label halal di Indonesia saat ini diterbitkan oleh

- [1] DEPAG
- [2] BPJPH
- [3] LPPOM MUI
- [4] BPOM
- [5] Tidak tahu

Lampiran 3

Sikap Pemilihan Produk Halal

Jawablah pertanyaan dibawah ini berilah tanda [X] !

- Q1. Setujukah Saudara/i dengan mengkonsumsi produk halal setiap hari ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q2. Setujukah Saudara/i dengan tidak adanya penambahan *khamr* / minuman memabukan pada produk coklat ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q3. Setujukah Saudara/i lemak sapi sebagai pengganti lemak babi ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q4. Setujukah Saudara/i produk roti yang diberi tambahan *flavor* campuran kayu manis ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q5. Setujukah Saudara/i dengan membeli produk pangan yang sudah terjamin kehalalannya ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q6. Setujukah Saudara/i dengan tidak membeli produk yang diragukan kehalalannya ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q7. Setujukah Saudara/i untuk lebih kritis dalam membeli produk pangan yang menggunakan logo halal tidak resmi dari MUI ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju

- Q8. Setujukah Saudara/i bila menemui pemalsuan produk halal akan dilaporkan pada lembaga LPPOM MUI ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q9. Setujukah Saudara/i untuk diberikan hukuman bagi pemalsuan produk halal dipasaran ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q10. Setujukah Saudara/i logo halal pada produk pangan menggunakan logo halal resmi dari LPPOM MUI ??
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q11. Setujukah Saudara/i dengan menyebarluaskan produk halal di Indonesia ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q12. Setujukah Saudara/i untuk mencegah produk haram di Indonesia ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q13. Setujukah Saudara/i produk pangan wajib mencantumkan logo halal resmi agar memberi kenyamanan pada konsumen muslim ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q14. Setujukah Saudara/i produk pangan yang memiliki logo halal MUI sudah pasti terjamin kehalalannya ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju
- Q15. Setujukah Saudara/ i dengan adanya peraturan perlindungan konsumen terhadap produk pangan ?
[1] Tidak setuju
[2] Setuju
[3] Sangat setuju

Lampiran 4

Jawaban Keseluruhan Responden Terhadap Masing-Masing Item Pertanyaan

Data Penelitian Tingkat Pengetahuan Tentang Pangan Halal

id	KUSIONER																				Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20		
R-1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	14	Cukup
R-2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	Baik
R-3	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	15	Cukup
R-4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	19	Baik
R-5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	18	Baik
R-6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	18	Baik
R-7	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	17	Baik
R-8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	19	Baik
R-9	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	13	Cukup
R-10	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	13	Cukup

id	KUSIONER																				Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20		
R-11	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	13	Cukup
R-12	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	14	Cukup
R-13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	18	Baik
R-14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	Baik
R-15	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	17	Baik
R-16	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	12	Cukup
R-17	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	16	Baik
R-18	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	16	Baik
R-19	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	16	Baik
R-20	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	10	Rendah
R-21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	18	Baik
R-22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	18	Baik
R-23	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	17	Baik
R-24	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	16	Baik

id	KUSIONER																				Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20		
R-25	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	16	Baik
R-26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	18	Baik
R-27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	19	Baik
R-28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	18	Baik
R-29	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	13	Cukup	
R-30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	19	Baik
R-31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	19	Baik
R-32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	19	Baik
R-33	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	12	Cukup
R-34	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	15	Cukup
R-35	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	18	Baik
R-36	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	16	Baik
R-37	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	17	Baik
R-38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	Baik

id	KUSIONER																				Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20		
R-39	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	18	Baik
R-40	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	Baik
R-41	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	Baik
R-42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	18	Baik
R-43	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	Baik
R-44	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	10	Rendah
R-45	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	5	Rendah
R-46	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	9	Rendah
R-47	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	13	Cukup
R-48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	16	Baik
R-49	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	18	Baik
R-50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	19	Baik
R-51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	15	Cukup
R-52	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	16	Baik

id	KUSIONER																				Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20		
R-53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	16	Baik
R-54	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	10	Rendah
R-55	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	15	Cukup
R-56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	15	Cukup
R-57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	17	Baik
R-58	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	15	Cukup
R-59	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	17	Baik
R-60	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	12	Cukup
R-61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	17	Baik
R-62	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	15	Cukup
R-63	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	17	Baik
R-64	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	15	Cukup
R-65	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	14	Cukup
R-66	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	7	Rendah

id	KUSIONER																				Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20		
R-67	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	6	Rendah
R-68	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	11	Rendah	
R-69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	16	Baik
R-70	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	16	Baik
R-71	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	11	Rendah
R-72	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	Rendah
R-73	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	12	Cukup
R-74	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	Rendah
R-75	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	10	Rendah
R-76	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	Rendah
R-77	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	14	Cukup
R-78	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8	Rendah
R-79	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	12	Cukup
R-80	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	8	Rendah

id	KUSIONER																				Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20		
R-81	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	5	Rendah
R-82	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	14	Cukup
R-83	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	15	Cukup
R-84	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	9	Rendah
R-85	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	15	Cukup
R-86	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	12	Cukup
R-87	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	13	Cukup
R-88	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	19	Baik
R-89	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	18	Baik
R-90	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	11	Rendah
R-91	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	15	Cukup
R-92	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	9	Rendah
R-93	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	11	Rendah
R-94	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	18	Baik

id	KUSIONER																				Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20		
R-95	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	17	Baik
R-96	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	11	Rendah
R-97	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9	Rendah



Data Penelitian Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal

Id	KUESIONER															Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15		
R-1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	Positif
R-2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	41	Positif
R-3	3	1	1	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	37	Positif
R-4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	39	Positif
R-5	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43	Positif
R-6	3	2	3	2	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2	3	37	Positif
R-7	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	40	Positif
R-8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	43	Positif
R-9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	34	Negatif
R-10	2	2	2	1	2	3	3	3	3	2	2	3	3	1	3	35	Negatif
R-11	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	28	Negatif
R-12	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	36	Positif
R-13	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	40	Positif
R-14	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	41	Positif
R-15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	29	Negatif
R-16	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	42	Positif
R-17	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	27	Negatif
R-18	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	Negatif
R-19	3	2	3	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	26	Negatif
R-20	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	40	Positif
R-21	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	43	Positif

Id	KUESIONER															Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15		
R-22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	Positif
R-23	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	37	Positif
R-24	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	28	Negatif
R-25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	Negatif
R-26	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	40	Positif
R-27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	35	Negatif
R-28	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	Negatif
R-29	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	40	Positif
R-30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	Positif
R-31	3	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	37	Positif
R-32	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	37	Positif
R-33	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	34	Negatif
R-34	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	Positif
R-35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	44	Positif
R-36	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	31	Negatif
R-37	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	22	Negatif
R-38	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2	2	3	34	Negatif
R-39	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	41	Positif
R-40	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	30	Negatif
R-41	2	3	2	2	3	3	1	1	2	3	3	3	3	3	2	36	Positif
R-42	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	40	Positif
R-43	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	32	Negatif

Id	KUESIONER															Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15		
R-44	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	1	1	35	Negatif
R-45	2	3	2	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	3	3	36	Positif
R-46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	Negatif
R-47	3	1	1	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	31	Negatif
R-48	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	31	Negatif
R-49	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	Negatif
R-50	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	38	Positif
R-51	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	38	Positif
R-52	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43	Positif
R-53	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	35	Negatif
R-54	2	2	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	36	Positif
R-55	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41	Positif
R-56	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	Positif
R-57	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	36	Positif
R-58	2	2	2	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37	Positif
R-59	3	3	2	2	3	2	1	3	2	2	2	3	3	2	2	35	Negatif
R-60	3	1	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	32	Negatif
R-61	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39	Positif
R-62	3	1	3	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	2	3	36	Positif
R-63	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	38	Positif
R-64	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	38	Positif
R-65	3	2	3	3	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	39	Positif

Id	KUESIONER															Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15		
R-66	3	1	1	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Positif
R-67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	Negatif
R-68	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	39	Positif
R-69	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	42	Positif
R-70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	Positif
R-71	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	Negatif
R-72	2	1	2	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3	2	3	35	Negatif
R-73	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41	Positif
R-74	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	40	Positif
R-75	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	35	Negatif
R-76	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	26	Negatif
R-77	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	30	Negatif
R-78	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	40	Positif
R-79	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	32	Negatif
R-80	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28	Negatif
R-81	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	29	Negatif
R-82	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	Negatif
R-83	3	3	2	2	3	2	1	2	3	2	3	3	3	1	3	36	Positif
R-84	1	1	2	2	3	1	3	3	1	1	3	1	2	2	3	29	Negatif
R-85	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	Positif
R-86	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	33	Negatif
R-87	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	37	Positif

Id	KUESIONER															Total	Kriteria
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15		
R-88	2	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	41	Positif
R-89	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	42	Positif
R-90	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	31	Negatif
R-91	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2	34	Negatif
R-92	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	26	Negatif
R-93	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	38	Positif
R-94	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	Positif
R-95	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	1	3	35	Negatif
R-96	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	34	Negatif
R-97	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	29	Negatif



Lampiran 5

Hasil Perhitungan Univariat Karakteristik Responden

Frequency Table

jenis_kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	32	33.0	33.0	33.0
Valid Perempuan	65	67.0	67.0	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17	3	3.1	3.1	3.1
18	9	9.3	9.3	12.4
Valid 19	21	21.6	21.6	34.0
20	64	66.0	66.0	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Semester

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Semester 1	19	19.6	19.6	19.6
Semester 3	23	23.7	23.7	43.3
Valid Semester 5	34	35.1	35.1	78.4
Semester 7	21	21.6	21.6	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Program_ Studi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Akutansi	1	5.0	5.0	5.0
	D3 Analis Kesehatan	1	5.0	5.0	10.0
	D3 Gizi	1	5.0	5.0	15.0
	D3 Keperawatan	1	5.0	5.0	20.0
	D4 Analis Kesehatan	1	5.0	5.0	25.0
	Kebidanan	1	5.0	5.0	30.0
	Kedokteran Gigi	1	5.0	5.0	35.0
	Kedokteran Umum	1	5.0	5.0	40.0
	Kesehatan	1	5.0	5.0	45.0
	Mayarakat	1	5.0	5.0	50.0
	Manajemen	1	5.0	5.0	55.0
	Pendidikan Bahasa Inggris	1	5.0	5.0	60.0
	Pendidikan Kimia	1	5.0	5.0	65.0
	Pendidikan Matematika	1	5.0	5.0	70.0
	S1 Ilmu Gizi	1	5.0	5.0	75.0
	S1 Ilmu Keperawatan	1	5.0	5.0	80.0
	Sastrra Inggris	1	5.0	5.0	85.0
	Statistik	1	5.0	5.0	90.0
	Teknik Elektro	1	5.0	5.0	95.0
	Teknik Mesin	1	5.0	5.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Lampiran 6

Hasil Univariat Tingkat Pengetahuan Pendidikan

Q1. Pengertian pangan halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	16	16.5	16.5	16.5
Valid Benar	81	83.5	83.5	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q2. Hukum mengkonsumsi pangan halal bagi kaum muslim

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	18	18.6	18.6	18.6
Valid Benar	79	81.4	81.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q3. Contoh pangan halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	6	6.2	6.2	6.2
Valid Benar	91	93.8	93.8	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q4. Contoh pangan haram

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	8	8.2	8.2	8.2
Valid Benar	89	91.8	91.8	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Pengalaman

Q5. Bahan tambahan pangan haram

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	9	9.3	9.3	9.3
Valid Benar	88	90.7	90.7	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q6. Istilah daging babi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	12	12.4	12.4	12.4
Valid Benar	85	87.6	87.6	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Persepsi Seseorang

Q7. Syarat kehalalan pangan kecuali

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	27	27.8	27.8	27.8
Valid Benar	70	72.2	72.2	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q8. Penyebab kaum muslim wajib mengkonsumsi pangan halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	11	11.3	11.3	11.3
Valid Benar	86	88.7	88.7	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q9. Penyakit dari mengkonsumsi daging babi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Benar	42	43.3	43.3	43.3
Valid Benar	55	56.7	56.7	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q10. Penyebab alkhol bernilai haram

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Benar	14	14.4	14.4	14.4
Valid Benar	83	85.6	85.6	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Pengalaman**Q11. Penyebab produk halal menjadi haram**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Benar	12	12.4	12.4	12.4
Valid Benar	85	87.6	87.6	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q12. Pencegahan produk halal menjadi haram

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Benar	33	34.0	34.0	34.0
Valid Benar	64	66.0	66.0	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q13. Lokasi penjualan produk pangan halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	62	63.9	63.9	63.9
Valid Benar	35	36.1	36.1	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q14. Minuman halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	18	18.6	18.6	18.6
Valid Benar	79	81.4	81.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q15. Kaum yang wajib mengkonsumsi pangan halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	46	47.4	47.4	47.4
Valid Benar	51	52.6	52.6	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q16. Langkah awal memilih produk pangan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	53	54.6	54.6	54.6
Valid Benar	44	45.4	45.4	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Informasi

Q17. Logo resmi MUI Indonesia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	40	41.2	41.2	41.2
Valid Benar	57	58.8	58.8	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q18. Tujuan label halal resmi MUI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	31	32.0	32.0	32.0
Valid Benar	66	68.0	68.0	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Q19. Informasi yang wajib dipercayai kaum muslim

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	38	39.2	39.2	39.2
Valid Benar	59	60.8	60.8	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Lingkungan

Q20. Label halal resmi Indonesia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Salah	37	38.1	38.1	38.1
Valid Benar	60	61.9	61.9	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Lampiran 7

Hail Univariat Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal

Pendidikan

Q1. Mengkonsumsi pangan halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.1	2.1
	Setuju	39	40.2	40.2
	Sangat setuju	56	57.7	57.7
	Total	97	100.0	100.0

Q2. Penambahan *khamr* pada produk coklat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	15	15.5	15.5
	Setuju	38	39.2	39.2
	Sangat setuju	44	45.4	45.4
	Total	97	100.0	100.0

Q3. Lemak sapi pengganti lemak babi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	13	13.4	13.4
	Setuju	49	50.5	50.5
	Sangat setuju	35	36.1	36.1
	Total	97	100.0	100.0

Q4. Penambahan *flavor* kayu manis pada roti

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	12	12.4	12.4
	Setuju	72	74.2	74.2
	Sangat setuju	13	13.4	13.4
	Total	97	100.0	100.0

Pengalaman

Q5. Produk yang terjamin kehalalannya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	36	37.1	37.1	38.1
	Sangat setuju	60	61.9	61.9	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Q6. Produk yang diragukan kehalalannya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	12	12.4	12.4	12.4
	Setuju	39	40.2	40.2	52.6
	Sangat setuju	46	47.4	47.4	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Q7. Lebih kritis dalam membeli produk pangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	13	13.4	13.4	13.4
	Setuju	45	46.4	46.4	59.8
	Sangat setuju	39	40.2	40.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Q8. Tindakan pemalsuan produk halal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	9	9.3	9.3	9.3
	Setuju	43	44.3	44.3	53.6
	Sangat setuju	45	46.4	46.4	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Persepsi Seseorang

Q9. Pemberian hukuman bagi pemalsuan produk halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	4	4.1	4.1
	Setuju	44	45.4	45.4
	Sangat setuju	49	50.5	50.5
	Total	97	100.0	100.0

Q10. Logo halal resmi dari MUI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.1	2.1
	Setuju	50	51.5	51.5
	Sangat setuju	45	46.4	46.4
	Total	97	100.0	100.0

Q11. Perluasan penyebaran produk halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.1	2.1
	Setuju	44	45.4	45.4
	Sangat setuju	51	52.6	52.6
	Total	97	100.0	100.0

Q12. Pencegahan produk haram

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	3.1	3.1
	Setuju	35	36.1	36.1
	Sangat setuju	59	60.8	60.8
	Total	97	100.0	100.0

Informasi

Q13. Kewajiban mencantumkan logo halal resmi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	4	4.1	4.1	4.1
	Setuju	36	37.1	37.1	41.2
	Sangat setuju	57	58.8	58.8	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Q14. Jaminan logo halal MUI

		Frequency		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	10	10.3	10.3	10.3
	Setuju	55	56.7	56.7	67.0
	Sangat setuju	32	33.0	33.0	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Lingkungan

Q15. Peraturan perlindungan konsumen

	Percent	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	3.1	3.1	3.1
	Setuju	45	46.4	46.4	49.5
	Sangat tidak setuju	49	50.5	50.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Lampiran 8

Hasil Uji Validitas Instrumen

Skala : Tingkat pengetahuan pangan halal

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Total
Q1	Pearson Correlation	1	.217	.232	.170	.337**	.339**	.220	.279**	.172	.055	.255	.384**	.160	-.069	.209	.135	.172	.139	.305**	.202**
	Sig. (2-tailed)		.033	.022	.097	.001	.001	.031	.006	.092	.595	.012	.000	.117	.500	.040	.188	.092	.174	.002	.047 .000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97 97
Q2	Pearson Correlation	.217*	1	.098	.146	.304**	.223	.059	-.003	.225*	-.045	-.018	-.007	.193	.045	.258*	.072	.279**	.150	.300**	.095 .394**
	Sig. (2-tailed)	.033		.342	.153	.002	.028	.569	.973	.027	.661	.859	.946	.058	.662	.011	.485	.006	.144	.003	.353 .000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97 97
Q3	Pearson Correlation	.232*	.098	1	.234*	.065	.293**	.127	.313**	.207*	.138	.293**	.087	-.074	-.123	.024	-.019	.207*	.170	.307**	.226 .359**
	Sig. (2-tailed)	.022	.342		.021	.525	.004	.215	.002	.041	.177	.004	.399	.469	.232	.816	.857	.041	.096	.002	.026 .000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97 97
Q4	Pearson Correlation	.170	.146	.234*	1	.033	-.113	.232*	.129	.192	.197	.343**	.180	.147	.242*	.329**	.053	.267**	.094	.206*	.213 .443**
	Sig. (2-tailed)	.097	.153	.021		.746	.272	.022	.207	.060	.053	.001	.077	.150	.017	.001	.603	.008	.360	.043	.036 .000

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Total
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q5	Pearson Correlation	.337**	.304**	.065	.033	1	.312**	.119	.222*	.151	.071	.096	.145	.092	.213*	.065	.155	.079	.137	.165	.100	.386**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.525	.746		.002	.248	.029	.140	.490	.351	.155	.369	.036	.524	.130	.441	.179	.106	.329	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q6	Pearson Correlation	.339**	.223*	.293**	-.113	.312**	1	.186	.261**	.114	.202*	.144	.193	.152	-.018	.035	.098	.114	.249*	.321**	.139	.434**
	Sig. (2-tailed)	.001	.028	.004	.272	.002		.068	.010	.266	.047	.159	.058	.137	.859	.734	.338	.266	.014	.001	.175	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q7	Pearson Correlation	.220*	.059	.127	.232*	.119	.186	1	.213*	.061	.203*	.046	.234*	.227*	.059	.266**	.209*	.154	.170	.134	.101	.445**
	Sig. (2-tailed)	.031	.569	.215	.022	.248	.068		.036	.554	.046	.654	.021	.025	.569	.009	.040	.133	.095	.191	.327	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q8	Pearson Correlation	.279**	-.003	.313**	.129	.222*	.261**	.213*	1	.278**	.038	.261**	.292**	.066	.247*	-.065	.137	.212*	.214*	.229*	.105	.447**
	Sig. (2-tailed)	.006	.973	.002	.207	.029	.010	.036		.006	.711	.010	.004	.523	.015	.529	.180	.037	.035	.024	.308	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q9	Pearson Correlation	.172	.225*	.207*	.192	.151	.114	.061	.278**	1	.115	.240*	.031	.137	.172	.040	.062	.160	.099	.282**	.175	.428**

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Total
Sig. (2-tailed)	.092	.027	.041	.060	.140	.266	.554	.006		.263	.018	.761	.182	.093	.700	.547	.117	.333	.005	.087	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Pearson Correlation	.055	-.045	.138	.197	.071	.202	.203*	.038	.115	1	.380**	.077	.064	.257*	.274**	.088	.115	.190	.192	.202*	.398**
Q10																					
Sig. (2-tailed)	.595	.661	.177	.053	.490	.047	.046	.711	.263		.000	.456	.532	.011	.007	.392	.263	.062	.059	.048	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Pearson Correlation	.255*	-.018	.293**	.343**	.096	.144	.046	.261**	.240*	.380**	1	.193	.087	.143	.035	.098	.114	.052	.258*	.330**	.434**
Q11																					
Sig. (2-tailed)	.012	.859	.004	.001	.351	.159	.654	.010	.018	.000		.058	.398	.163	.734	.338	.266	.612	.011	.001	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Pearson Correlation	.384**	-.007	.087	.180	.145	.193	.234*	.292**	.031	.077	.193	1	.222*	.161	.132	.188	.163	.111	.194	.032	.442**
Q12																					
Sig. (2-tailed)	.000	.946	.399	.077	.155	.058	.021	.004	.761	.456	.058		.029	.115	.196	.065	.111	.279	.057	.752	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Pearson Correlation	.160	.193	-.074	.147	.092	.152	.227*	.066	.137	.064	.087	.222*	1	.138	.210*	.334**	.137	.102	.281**	.091	.447**
Q13																					
Sig. (2-tailed)	.117	.058	.469	.150	.369	.137	.025	.523	.182	.532	.398	.029		.178	.039	.001	.182	.320	.005	.377	.000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Total
Q14	Pearson Correlation	-.069	.045	-.123	.242	.213	-.018	.059	.247*	.172	.257	.143	.161	.138	1	.151	.285**	.332**	.261**	.354**	.149	.450**
	Sig. (2-tailed)	.500	.662	.232	.017	.036	.859	.569	.015	.093	.011	.163	.115	.178		.140	.005	.001	.010	.000	.144	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q15	Pearson Correlation	.209*	.258*	.024	.329**	.065	.035	.266**	-.065	.040	.274**	.035	.132	.210*	.151	1	.142	.249*	.199	.078	.098	.431**
	Sig. (2-tailed)	.040	.011	.816	.001	.524	.734	.009	.529	.700	.007	.734	.196	.039	.140		.166	.014	.051	.447	.342	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q16	Pearson Correlation	.135	.072	-.019	.053	.155	.098	.209*	.137	.062	.088	.098	.188	.334**	.285**	.142	1	.187	.163	.317**	.215*	.466**
	Sig. (2-tailed)	.188	.485	.857	.603	.130	.338	.040	.180	.547	.392	.338	.065	.001	.005	.166		.066	.110	.002	.035	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q17	Pearson Correlation	.172	.279**	.207*	.267**	.079	.114	.154	.212*	.160	.115	.114	.163	.137	.332**	.249*	.187	1	.274**	.494**	.344**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.092	.006	.041	.008	.441	.266	.133	.037	.117	.263	.266	.111	.182	.001	.014	.066		.007	.000	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q18	Pearson Correlation	.139	.150	.170	.094	.137	.249*	.170	.214*	.099	.190	.052	.111	.102	.261**	.199	.163	.274**	1	.350**	.191	.487**
	Sig. (2-tailed)	.174	.144	.096	.360	.179	.014	.095	.035	.333	.062	.612	.279	.320	.010	.051	.110	.007		.000	.061	.000

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Total	
Q19	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	
	Pearson Correlation	.305**	.300**	.307**	.206*	.165	.321**	.134	.229*	.282**	.192	.258*	.194	.281**	.354**	.078	.317**	.494**	.350**	1	.253*	.670**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.002	.043	.106	.001	.191	.024	.005	.059	.011	.057	.005	.000	.447	.002	.000	.000	.012	.000	
Q20	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	
	Pearson Correlation	.202*	.095	.226*	.213*	.100	.139	.101	.105	.175	.202*	.330**	.032	.091	.149	.098	.215*	.344**	.191	.253*	1	.475**
	Sig. (2-tailed)	.047	.353	.026	.036	.329	.175	.327	.308	.087	.048	.001	.752	.377	.144	.342	.035	.001	.061	.012	.000	
Total	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	
	Pearson Correlation	.516**	.394**	.359*	.443	.386*	.434*	.445	.447**	.428*	.398	.434*	.442*	.447	.450**	.431*	.466*	.577**	.487*	.670**	.475**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		

Skala : Sikap keputusan pembelian produk halal

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Total
Q1	Pearson Correlation	1	.316**	.252*	.168	.459**	.281**	.269**	.177	.265**	.289**	.168	.237*	.251*	.179	.255*	.504**
	Sig. (2-tailed)		.002	.013	.100	.000	.005	.008	.083	.009	.004	.100	.019	.013	.080	.012	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q2	Pearson Correlation	.316**	1	.396**	.245*	.348**	.516**	.278**	.359**	.262**	.297**	.221*	.421**	.328**	.218*	.058	.613**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.015	.000	.000	.006	.000	.009	.003	.029	.000	.001	.032	.575	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q3	Pearson Correlation	.252*	.396**	1	.451**	.414**	.388**	.320**	.044	.129	.267**	.112	.120	.080	-.025	.016	.458**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000		.000	.000	.000	.001	.669	.208	.008	.277	.240	.435	.809	.878	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q4	Pearson Correlation	.168	.245*	.451**	1	.295**	.196	.111	.051	.090	.286**	.207*	.052	.157	-.007	-.017	.357**
	Sig. (2-tailed)	.100	.015	.000		.003	.054	.278	.619	.383	.005	.042	.611	.124	.942	.867	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q5	Pearson Correlation	.459**	.348**	.414**	.295**	1	.392**	.333**	.222*	.304**	.334**	.458**	.291**	.415**	.217*	.291**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003		.000	.001	.029	.002	.001	.001	.004	.000	.033	.004	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Total
Q6	Pearson Correlation	.281**	.516**	.388**	.196	.392**	1	.327**	.171	.240*	.416**	.189	.443**	.245*	.225*	.131	.597**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.054	.000		.001	.095	.018	.000	.064	.000	.015	.027	.202	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q7	Pearson Correlation	.269**	.278**	.320**	.111	.333**	.327**	1	.406**	.288**	.408**	.249*	.219*	.363**	.370**	.208*	.594**
	Sig. (2-tailed)	.008	.006	.001	.278	.001	.001		.000	.004	.000	.014	.031	.000	.000	.041	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q8	Pearson Correlation	.177	.359**	.044	.051	.222*	.171	.406**	1	.506**	.328**	.349**	.438**	.397**	.305**	.255*	.570**
	Sig. (2-tailed)	.083	.000	.669	.619	.029	.095	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.002	.012	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q9	Pearson Correlation	.265**	.262**	.129	.090	.304**	.240*	.288**	.506**	1	.603**	.507**	.487**	.480**	.458**	.535**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.009	.009	.208	.383	.002	.018	.004	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q10	Pearson Correlation	.289**	.297**	.267**	.286**	.334**	.416**	.408**	.328**	.603**	1	.473**	.492**	.552**	.536**	.365**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.004	.003	.008	.005	.001	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Q11	Pearson Correlation	.168	.221*	.112	.207*	.458**	.189	.249*	.349**	.507**	.473**	1	.543**	.606**	.460**	.540**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.100	.029	.277	.042	.000	.064	.014	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Total
Q12	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
	Pearson Correlation	.237*	.421**	.120	.052	.291**	.443**	.219*	.438**	.487**	.492**	.543**	1	.532**	.432**	.416**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.240	.611	.004	.000	.031	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Q13	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
	Pearson Correlation	.251*	.328**	.080	.157	.415**	.245*	.363**	.397**	.480**	.552**	.606**	.532**	1	.493**	.478**
	Sig. (2-tailed)	.013	.001	.435	.124	.000	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Q14	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
	Pearson Correlation	.179	.218*	-.025	-.007	.217*	.225*	.370**	.305**	.458**	.536**	.460**	.432**	.493**	1	.436**
	Sig. (2-tailed)	.080	.032	.809	.942	.033	.027	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Q15	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
	Pearson Correlation	.255*	.058	.016	-.017	.291**	.131	.208*	.255*	.535**	.365**	.540**	.416**	.478**	.436**	1
	Sig. (2-tailed)	.012	.575	.878	.867	.004	.202	.041	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Total	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
	Pearson Correlation	.504**	.613**	.458**	.357**	.636**	.597**	.594**	.570**	.681**	.736**	.662**	.683**	.704**	.591**	.538**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
I	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran 9

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Skala : Tingkat pengetahuan pangan halal

Case Processing Summary

	N	%
Valid	97	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	20

Skala : Sikap keputusan pembelian produk halal

Case Processing Summary

	N	%
Valid	97	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	15

Lampiran 10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pengetahuan	Sikap
N		97	97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24.51	35.93
	Std. Deviation	9.58	5.325
Most Extreme Differences	Absolute	0.13	.087
	Positive	0.08	.084
	Negative	-0.133	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		1.310	.857
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065	.454

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



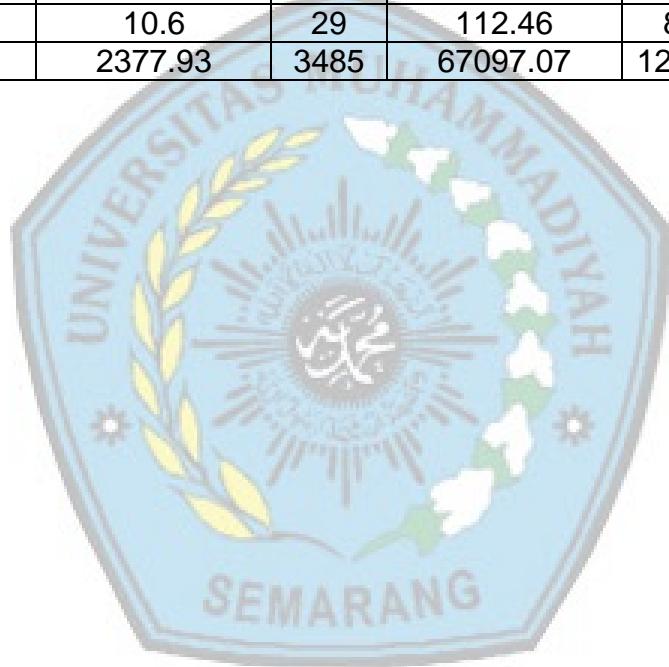
Lampiran 11

Koefisien Korelasi Tingkat Pengetahuan Pangan Halal Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Produk Halal

Responden	X (Tranformasi)	Y	X² (Tranformasi)	Y²	XY
R-1	22.55	45	508.6	2025	1014.85
R-2	39.34	41	1547.63	1681	1612.94
R-3	25.19	37	634.6	1369	932.08
R-4	36.4	39	1324.63	1521	1419.42
R-5	33.51	43	1122.59	1849	1440.72
R-6	33.51	37	1122.59	1369	1239.69
R-7	30.67	40	940.76	1600	1226.87
R-8	36.4	43	1324.63	1849	1565
R-9	19.99	34	399.49	1156	679.57
R-10	19.99	35	399.49	1225	699.55
R-11	19.99	28	399.49	784	559.64
R-12	22.55	36	508.6	1296	811.88
R-13	33.51	40	1122.59	1600	1340.2
R-14	39.34	41	1547.63	1681	1612.94
R-15	30.67	29	940.76	841	889.48
R-16	17.5	42	306.33	1764	735.1
R-17	27.9	27	778.37	729	753.28
R-18	27.9	32	778.37	1024	892.78
R-19	27.9	26	778.37	676	725.38
R-20	12.8	40	163.89	1600	512.07
R-21	33.51	43	1122.59	1849	1440.72
R-22	33.51	45	1122.59	2025	1507.73
R-23	30.67	37	940.76	1369	1134.86
R-24	27.9	28	778.37	784	781.18
R-25	27.9	30	778.37	900	836.98
R-26	33.51	40	1122.59	1600	1340.2
R-27	36.4	35	1324.63	1225	1273.84
R-28	33.51	30	1122.59	900	1005.15
R-29	19.99	40	399.49	1600	799.49
R-30	36.4	45	1324.63	2025	1637.8
R-31	36.4	37	1324.63	1369	1346.63
R-32	36.4	37	1324.63	1369	1346.63
R-33	17.5	34	306.33	1156	595.08
R-34	25.19	44	634.6	1936	1108.41
R-35	33.51	44	1122.59	1936	1474.22
R-36	27.9	31	778.37	961	864.88
R-37	30.67	22	940.76	484	674.78
R-38	39.34	34	1547.63	1156	1337.56
R-39	33.51	41	1122.59	1681	1373.71

Responden	X (Tranformasi)	Y	X² (Tranformasi)	Y²	XY
R-40	30.67	30	940.76	900	920.16
R-41	33.51	36	1122.59	1296	1206.18
R-42	33.51	40	1122.59	1600	1340.2
R-43	36.4	32	1324.63	1024	1164.65
R-44	12.8	35	163.89	1225	448.06
R-45	3.18	36	10.1	1296	114.41
R-46	10.6	30	112.46	900	318.14
R-47	19.99	31	399.49	961	619.6
R-48	27.9	31	778.37	961	864.88
R-49	33.51	30	1122.59	900	1005.15
R-50	36.4	38	1324.63	1444	1383.03
R-52	25.19	38	634.6	1444	957.27
R-52	27.9	43	778.37	1849	1199.67
R-53	27.9	35	778.37	1225	976.47
R-54	12.8	36	163.89	1296	460.87
R-55	25.19	41	634.6	1681	1032.84
R-56	25.19	44	634.6	1936	1108.41
R-57	30.67	36	940.76	1296	1104.19
R-58	25.19	37	634.6	1369	932.08
R-59	30.67	35	940.76	1225	1073.52
R-60	17.5	32	306.33	1024	560.07
R-61	30.67	39	940.76	1521	1196.2
R-62	25.19	36	634.6	1296	906.88
R-63	30.67	38	940.76	1444	1165.53
R-64	25.19	38	634.6	1444	957.27
R-65	22.55	39	508.6	1521	879.53
R-66	6.58	36	43.29	1296	236.85
R-67	4.79	30	22.92	900	143.62
R-68	15.1	39	228.14	1521	589.07
R-69	27.9	42	778.37	1764	1171.77
R-70	27.9	45	778.37	2025	1255.47
R-71	15.1	30	228.14	900	453.13
R-72	1.79	35	3.21	1225	62.71
R-73	17.5	41	306.33	1681	717.59
R-74	8.53	40	72.68	1600	341.01
R-75	12.8	35	163.89	1225	448.06
R-76	15.1	26	228.14	676	392.71
R-77	22.55	30	508.6	900	676.56
R-78	8.53	40	72.68	1600	341.01
R-79	17.5	32	306.33	1024	560.07
R-80	8.53	28	72.68	784	238.7
R-81	3.18	29	10.1	841	92.16
R-82	22.55	30	508.6	900	676.56
R-83	30.67	36	940.76	1296	1104.19

Responden	X (Tranformasi)	Y	X² (Tranformasi)	Y²	XY
R-84	10.6	29	112.46	841	307.53
R-85	25.19	42	634.6	1764	1058.03
R-86	17.5	33	306.33	1089	577.58
R-87	19.99	37	399.49	1369	739.53
R-88	36.4	41	1324.63	1681	1492.21
R-89	33.51	42	1122.59	1764	1407.21
R-90	15.1	31	228.14	961	468.24
R-91	25.19	34	634.6	1156	856.5
R-92	10.6	26	112.46	676	275.72
R-93	15.1	38	228.14	1444	573.97
R-94	33.51	42	1122.59	1764	1407.21
R-95	30.67	35	940.76	1225	1073.52
R-96	15.1	34	228.14	1156	513.55
R-97	10.6	29	112.46	841	307.53
TOTAL	2377.93	3485	67097.07	127931	86998.12



Lampiran 12

Hasil Uji Bivariat

Regression

Variables Entered/Removed^a

Mode I	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	pengetahuan ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Sikap
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.320 ^a	.102	.093	5.072

- a. Predictors: (Constant), pengetahuan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.487	1	278.487	10.825
	Residual	2444.008	95	25.726	.001 ^b
	Total	2722.495	96		

- a. Dependent Variable: Sikap
b. Predictors: (Constant), pengetahuan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	31.568	1.422	22.205	.000
	Pengtahuan	.178	.054	.320	.001

- a. Dependent Variable: Sikap

Lampiran 13

Dokumentasi

