

ANALISIS HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP TINGKAT KESADARAN DAN
KEPUASAN MAHASISWI YOGYAKARTA

Jurnal



Oleh

Nama : Ryan Riyadi
Nomor mahasiswa : 15311513
Program studi : Manajemen
Bidang konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018

ANALISIS HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP TINGKAT KESADARAN DAN
KEPUASAN MAHASISWI YOGYAKARTA

Jurnal



Oleh

Nama : Ryan Riyadi
Nomor mahasiswa : 15311513
Program studi : Manajemen
Bidang konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018

ANALYSIS OF HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, HALAL COSMETIC PRODUCTS ON STUDENT AWARENESS AND SATISFACTION YOGYAKARTA

Ryan Riyadi

Management Program, Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia

ryan.riyadi1997@gmail.com

ABSTRACT

With the aim of increasing awareness and satisfaction through halal cosmetic products, one of the operational activities carried out on halal cosmetic products is the concept of a relationship with halal supply chain management. The key factor of this concept is the understanding of the halal supply chain management to the satisfaction level of halal cosmetics products with variable control satisfaction of students of Yogyakarta. The purpose of this study was to find out the halal analysis of supply chain management to the satisfaction level of halal cosmetic products with satisfaction control variables mahasiswa Yogyakarta

This research was conducted on students who use halal cosmetic products with a total sample of 130 respondents obtained by using population and sampling. The data analysis method used in this study is descriptive analysis and quantitative analysis with testing tools using IBM SPSS Statistics 20.

The results of this study indicate that the level of satisfaction variable has a positive effect on halal cosmetic products, which is where the control variable is the level of student consciousness in Yogyakarta.

Keywords: *halal supply chain management, satisfaction of halal cosmetic products, awareness of female students in Yogyakarta*

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia perkembangan teknologi saat ini sangat membantu pengusaha. Dalam memenuhi permintaan konsumen, pengusaha dituntut untuk menciptakan produk yang dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan batin konsumen. Halal Supply Chain Management/Rantai pasok halal sekarang ini merupakan bisnis baru yang telah banyak menarik perhatian perindustrian secara global. Hal ini tidak hanya menarik praktisi industri makanan untuk berlatih dan mematuhi konsep halal, tetapi sektor lain seperti kosmetik, farmasi, produk perawatan kesehatan, pariwisata dan hotel ditambah juga dari akademisi dan peneliti dari lembaga pendidikan tinggi juga harus mengetahui dan memahami rantai pasok

halal dalam rangka mendukung integritas produk halal (Mohd Shariff & Ahmad, 2015). Keunggulan dalam bersaing dapat bergantung pada hubungan yang strategis jangka panjang yang dekat dengan sedikit pemasok, pengusaha harus mencari strategi yang dipilih pada rantai pemasokan secara menyeluruh. Keberhasilan yang diraih tidak luput dari ketekunan dari strategi yang di terapkan.

Dalam memuaskan pelanggan dengan strategi ini para pemasok menanggapi tentang permintaan untuk penawaran produk. Salah satunya kosmetik merupakan salah satu produk yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia untuk mempercantik dan memperindah penampilan terutama kaum wanita. Untuk menjaga kepuasan dan kenyamanan batin konsumen, aspek kepuasan dari manfaat produk dan kenyamanan batin wanita dapat di buktikan dengan adanya label halal pada kemasan produk yang dikonsumsi. Dan tentunya dalam mendapatkan kehalalan dari suatu produk kosmetik, memerlukan manajemen rantai pasokan (supply chain management) yang halal. Agar dapat meningkatkan rasa percaya, aman dan nyaman dari konsumen akan proses dari produk yang dikonsumsi khususnya menjamin produk dari awal proses pembuatan hingga sampai ke konsumen, maka diterapkanlah halal supply chain management. Maka dari itu, konsumen berhak mengetahui proses dari supplier sampai ke customer, Sehingga memiliki logo label halal dan ini merupakan bagian dari transparansi informasi kepada konsumen termasuk juga bagian dari promosi dari perusahaan itu sendiri. (Gimenez, et.al: 2015).

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis halal *Supply Chain Management*, Produk Kosmetik Halal terhadap Tingkat Kesadaran dan kepuasan mahasiswi Yogyakarta”.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh halal *Supply Chain Management* terhadap Tingkat kepuasan produk kosmetik halal dengan variabel kontrol kesadaran?

Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

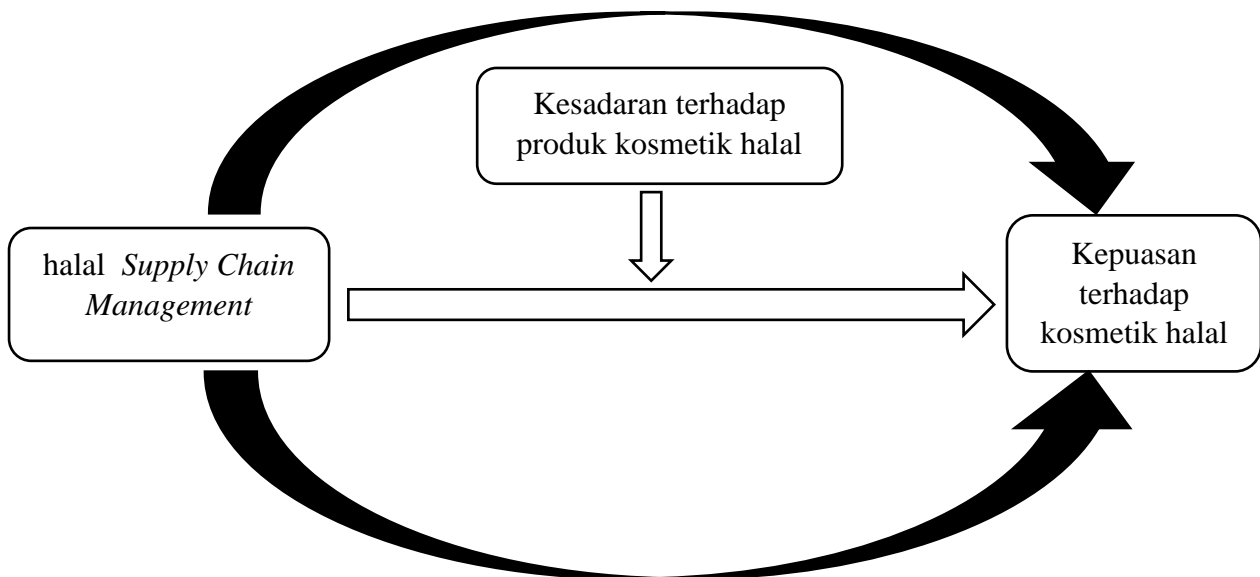
1. Untuk mengetahui halal *Supply Chain Management* terhadap Tingkat kepuasan produk kosmetik halal dengan variabel kontrol kesadaran

2. METODE PENELITIAN.

- **Lokasi penelitian**

Penelitian ini merupakan studi pada mahasiswi di Yogyakarta

- **Kerangka penelitian**



Gambar : Kerangka penelitian

Hipotesis penelitian

Hipotesis diartikan sebagai pernyataan dan jawab yang bersifat sementara diharapkan teruji kebenarannya serta mampu memberikan pola terbaik dalam penyelesaian pokok permasalahan seperti dirumuskan. Hipotesis pada penelitian ini adalah: Terdapat pengaruh *halal supply chain management* terhadap kepuasan produk kosmetik halal dengan variabel control kesadaran.

- **halal *Supply Chain Management***

Variabel dalam penelitian ini adalah analisi halal Supply Chain Management menurut Ngah & Zainuddin (2012) menambahkan dengan menyebutkan “kegiatan halal dalam rantai pasok yang dipergudangan, sourcing, transportasi, penanganan dan pengiriman produk halal, manajemen persediaan dan lainnya strategi manajemen bisnis seperti manajemen yang ramping dan manajemen berbasis nilai.

- **Tingkat kesadaran**

Menurut Maramis (1999) bentuk-bentuk kesadarannya, yaitu: kesadaran normal, kesadaran menurun, kesadaran meninggi kesadaran waktu tidur, kesadaran waktu mimpi kesadaran waktu disosiasi, trance, hipnotis, dan kesadaran yang terganggu.

Tingkat menurunnya kesadaran:

- a. Amnesia, menurunnya kesadaran ditandai dengan hilangnya ingatan atau lupa tentang suatu kejadian tertentu.
- b. Apatitis, menurunnya kesadaran ditandai dengan acuh tak acuh terhadap stimulus yang masuk (mulai mengantuk)
- c. Somnolensi, menurunnya kesadaran ditandai dengan mengantuk (rasa malas, dan ingin tidur)
- d. Sopor, menurunnya kesadaran ditandai dengan hilangnya ingatan, orientasi dan pertimbangan
- e. Subkoma dan koma, menurunnya kesadaran ditandai dengan tidak ada respon terhadap rangsang yang keras

- **kepuasan**

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).

Prosedur pengumpulan data dan sumber data

Prosedur pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey lapangan.

1. Kuesioner

Suroyo anwar (2009:168) Angket atau kuisisioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden.

Kuesioner yang akan digunakan dan disajikan kepada responden terdiri dari 4 bagian, yaitu:

1. Bagian yang mengungkapkan karakteristik responden. Berisi mengenai data responden meliputi nama, jenis kelamin, usia, dan Pendidikan
2. Bagian yang mengungkapkan pertanyaan halal SCM, produk kosmetik halal, tingkat kesadaran terhadap kosmetik halal dan kepuasan terhadap kosmetik halal.

Dalam hal ini penulis akan memberikan pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban, penulisan akan memberikan nilai dari setiap pilihan jawaban pertanyaan nilai 5 untuk jawaban yang positif dan nilai 1 untuk jawaban yang sangat negative, maka bentuk penilaiannya sebagai berikut:

1. Jawaban SS (sangat setuju) diberi nilai 5
2. Jawaban S (setuju) diberi 4
3. Jawaban N (netral) diberi nilai 3
4. Jawaban TS (tidak setuju) diberi nilai 2
5. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi nilai 1

Sumber Data

Data yang di gunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuisisioner yang terdiri dari dua bagian:

1. Identifikasi data mengenai pengisi kuisisioner.
2. Sejumlah pernyataan terkait dengan tujuan penelitian.

Data primer ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner. Data primer dari penelitian ini berasal dari responden seperti jawaban atas daftar pertanyaan yang penelitian berikan pada pengguna kosmetik halal berupa variabel-variabel yang akan di teliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui sumber-sumber tertulis yang dipublikasikan oleh pihak ketiga, seperti literatur dan jurnal yang terkait dengan penelitian.

Populasi Dan Sampel

Menurut, Ismiyanto populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa; orang, benda, / suatu hal yang di dalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (data) penelitian. Sedangkan Arikunto Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu penelitian dapat memakai sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswi Yogyakarta terhadap kosmetik halal.

Menurut slovin untuk menentukan bsesarnya samper di cari dengan rumus:

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

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 10 %.

$$n = \frac{145.139}{1 + 145.139. (10\%)^2}$$

$$n= 99.3157$$

Untuk memudahkan penelitian dalam pengelolaan data maka peneliti membulatkan sampel dari 99.3157 menjadi 100 sampel.

Pengujian instrumen

Uji validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006). Sedangkan menurut Sugiharto dan Sitinjak (2006), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur.

Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Tipe validitas yang di gunakan adalah validitas konstruk yang d mana menurut Saifuddin Azwar (116) menjelaskan bahwa validasi konstruk membuktikan apakah hasil pengukuran yang diperoleh melalui item-item tes berkorelasi tinggi dengan konstruk teoritik yang mendasari penyusunan tes tersebut. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan, dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil *r*-hitung yang dibandingkan dengan *r*-tabel, dimana *r*-tabel dapat diperoleh melalui df (degree of freedom) = $n-2$ (signifikan 5%, n = jumlah sampel). Jika $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ maka valid Jika $r\text{-tabel} > r\text{-hitung}$ maka tidak valid.

Uji Realibilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari *reliability* (rliabilitas) adalah keajegan pengukuran (Walizer, 1987). Sugiharto dan Situnjak (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Ghazali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Metode analisis data

Analisis Deskriptif

Mengenai data dengan statistik deskriptif peneliti perlu memperhatikan terlebih dahulu jenis datanya. Jika peneliti mempunyai data diskrit, penyajian data yang dapat dilakukan adalah mencari frekuensi mutlak, frekuensi relatif (mencari persentase), serta mencari ukuran tendensi sentralnya yaitu: mode, median dan mean (lebih lanjut lihat Arikunto, 1993: 363).

Analisis regresi berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

halal *Supply Chain Management*, Produk Kosmetik Halal, Tingkat Kesadaran, dan kepuasan.

Keterangan:

Y = Tingkat Kesadaran Terhadap Kosmetik Halal

X1 = Halal Supply Chain Management

X2 = Produk Kosmetik Halal

X3 = Kepuasan

A = adalah nilai konstanta dalam regresi

β = adalah merupakan koefisien regresi

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini untuk mengetahui apakah pengamatan model regresi linier dalam menganalisis telah memenuhi asumsi klasik. Sedangkan Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Model linier yang tepat digunakan memenuhi asumsi klasik sebagai berikut:

Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria yang digunakan adalah pengujian dua arah (two tailed test), yaitu dengan membandingkan p-value yang diperoleh dengan taraf signifikansi yang digunakan peneliti akan menggunakan uji *Kolmogorov*

smirnov. Jika p value $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal, jika sebaliknya p value $< 0,05$ maka berdistribusi tidak normal

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model, peneliti melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila korelasi di atas 70% dan nilai VIF lebih besar 10 maka terjadi Multikolinearitas. Kemudian sebaliknya apabila korelasi di bawah 70% dan nilai VIF lebih kecil 10 maka tidak terjadi Multikolinearitas. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan variabel independen lainnya.

Uji Autokorelasi

Digunakan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel pengganggu (error term) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (periode sebelumnya).

Uji Heterokedastisita

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas maka dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu X adalah Y yang diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized (Ghozali, 2011)

Pengujian hipotesis

Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung

Uji f

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan

3. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Subyek penelitian ini atau responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang menggunakan produk kosmetik halal di sebarakan sebanyak 130 kuesioner yang kembali sebanyak 129 eksemplar atau sebesar 99%, dengan demikian jumlah data yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 129 data responden. Analisis data meliputi analisis validitas dan reabilitas, analisis deskripsi, analisis linier berganda, analisis jalur path dan pembahasan hasil analisis.

Uji instrumen penelitian

- Uji validitas

Metode yang digunakan untuk uji validitas adalah uji *korelasi pearson*. Uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1 uji validitas

Pertanyaan	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Scm halal			
X12	0.435	0.121	valid
X13	0.420	0.121	valid
X14	0.457	0.121	valid
X15	0.229	0.121	Valid
X16	0.285	0.121	valid
X17	0.242	0.121	valid
X18	0.284	0.121	valid
X19	0.160	0.121	valid

X20	0.255	0.121	valid
X21	0.216	0.121	valid
Kesadaran			
Y1	0.270	0.121	valid
Y12	0.299	0.121	valid
Y13	0.191	0.121	valid
Y15	0.172	0.121	valid
Kepuasan			
Y2	0.243	0.121	valid
Y23	0.122	0.121	valid
Y24	0.174	0.121	valid
Y25	0.199	0.121	valid
Y26	0.131	0.121	valid

Sumber : data primer diolah 2018

Adapun kriteria yang digunakan dalam menemukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tingkat kepercayaan = 95 persen ($\alpha = 5$ persen), derajat kebebasan/ degree of freedom (df) = $n - 2 = 121 - 2 = 119$, di dapatkan $r_{\text{tabel}} = 0.121$. jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka terbukti pernyataan dikatakan valid. Dari tabel di atas bahwa indikator dapat digunakan untuk mengukur-mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai korelasi yang lebih besar dari $r_{\text{tabel}} = 0.121$.

- **Uji reliabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui mengetahui tingkat konsisten jawab kuesioner, sehingga menunjukkan keandalan dalam sebuah alat ukur. Dalam pengujian di

lakukan dengan uji *Cronbach's alpha*. Nilai *cronbach's* > 0,6, maka instrument di katakana reliabel. Hasil uji reliabilitas di tunjukan sebagai berikut:

Tabel 4.2 uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai kritis	Keterangan
Scm Halal	0.804	0.6	Reliabel
T. Kesadaran	0.690	0.6	Reliabel
K. Konsumen	0.668	0.6	Reliabel

Sumber : data primer diolah 2018

Dari uji reliabilitas di peroleh semua koefisien reliabilitas untuk semua variabel yang di gunakan dalam penelitian ini lebih besar dari nilai kritis yaitu 0.6 sehingga dapat di simpulkan seluruh butiran pertanyaan yang tertuang dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan handal / reliabel. Artinya kuesioner memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model/ desain yang berbeda.

Analisis deskripsi

Analisis deskripsi untuk mengetahui profil responden dan penilaian responden pada variabel penelitian.

Karakteristik responden

- **Jenis kelamin dan produk kosmetik halal**

Hasil analisis data ini diperoleh persentasi responden seperti ditunjukan sebagai berikut:

Tabel 4.3 jenis kelamin dan produk kosmetik halal

Keterangan	Frequency	percent
Perempuan / mahasiswi	129	100%

Pengguna produk kosmetik halal	121	82%
Tidak Pengguna priодук kosmetik halal	8	18%

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa semua responden mahasiswi sebanyak 129 perempuan atau sebesar 100% dan pengguna produk kosmetik halal sebesar 121 atau 82% sedangkan sisanya sebesar 8 orang atau 18%. Hal ini mayoritas pengguna produk kosmetik halal dan mahasiswi.

- **Umur reponden**

Hasil analisis data ini diperoleh persentasi responden berdasarkan umur sebagai berikut:

Tabel 4.4 umur responden

Keterangan	Frequency	percent
< 20 tahun	43	33.07%
20-25 tahun	94	66.93%
25-30 tahun	0	0
>30 tahun	0	0

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa mahsiswi Yogyakarta berumur antara 20-25 yaitu sebanyak 87 orang sebesar 66.93%. sedangkan antara <20 sebesar 42 orang atau sebesar 33.07%, untuk sisanya 25-3- dan >30 tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa semua masih mayoritas berumur produktif, sehingga memiliki kebutuhan kecantikan tinggi.

- **Pendidikan responden**

Hasil analisis data ini diperoleh persentasi responden berdasarkan Pendidikan responden sebagai berikut:

Tabel 4.5 pendidikan responden

Pendidikan	Jumlah	Persentasi
S1	127	97.69%
S2	2	2.31%
S3	0	0

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan data diatas menunjukan bahwa mayoritas Pendidikan responden S1 sebanyak 127 orang atau sebesar 97.69%, S2 sebanyak 2 orang atau sebesar 2.31%. hal ini menunjukkan bahwa mayoritas berpendidikan S1 atau sedang menempuh S1 dan menjadi mahsiswi di Yogyakarta.

- **persepsi responden halal supply chain management terhadap tingkat kepuasan produk kosmetik halal dengan variabel kontrol tingkat kepuasan mahasiswi Yogyakarta.**

Analisis ini menjelaskan tentang deskripsi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian yang terdiri dari halal supply chain management, tingkat kepuasan dan kesadaran mahasiswi Yogyakarta. Penilaian variabel penelitian dari ukur dengan skor terendah 1 (sangat tidak setuju) dan skor tertinggi adalah 5 (sangat setuju). Sehingga dalam menentukan kriteria penilaian mahsiswi Yogyakarta terhadap variabel penelitian dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut:

Persepsi terendah adalah: 1

Persepsi tertinggi adalah: 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Sehingga diperoleh Batasan persepsi adalah sebagai berikut:

1.00 – 1.79 = Sangat Tidak Setuju

1.80 – 2.59 = Tidak Setuju

2.60 – 3.39 = Netral

3.40 – 4.19 = Setuju

4.20 – 5.00 = Sangat Setuju

Hasil analisis deskripsi terhadap variabel penelitian dapat ditunjukkan dengan tabel berikut:

- **Variabel halal *supply chain management* (X1)**

halal *supply chain management* terdiri dari 5 item pertanyaan hasil analisis deskripsi dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Variabel halal *supply chain management* (X1)

no	pertanyaan	Rata2	Keterangan
1	Perusahaan / produk kosmetik terdaftar dalam LPOM MUI	4.30	Sangat setuju
2	Perusahaan / produk kosmetik saya selalu menggunakan bahan-bahan halal	4.20	Sangat setuju
3	Perusahaan / produk kosmetik memiliki pemasok sertifikat halal	4.20	Sangat setuju

4	Perusahaan / produk kosmetik dari hilir ke hulu harus sesuai dengan Halal <i>supply chain management</i> atau rantai pasokan halal.	4.32	Sangat setuju
5	Perusahaan / produk kosmetik halal mengutamakan kualitas bahan nya untuk menjaga kualitas produknya	4.50	Sangat setuju
6	Proses Halal <i>supply chain management</i> mempengaruhi produk kosmetik halal,	4.18	Setuju
7	Produk kosmetik halal jauh lebih aman dibandingkan dengan tidak memiliki label halal	4.25	Sangat setuju
8	Produk kosmetik halal membuat saya sadar dan puas	4.18	setuju
9	Perusahaan / produk kosmetik halal senantiasa memfasilitasi pelanggan membutuhkan bantuan atau mengadu komplain.	4.15	setuju
10	Perusahaan / produk kosmetik halal selalu menjaga kepercayaan konsumennya.	4.17	setuju
11	Perusahaan / produk kosmetik halal selalu menjaga kualitas produknya.	4.00	setuju

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan hasil analisi menunjukan rata-rata responden terhadap halal supply chain management adalah sebesar 4.15 sedangkan penilaian tertinggi terjadi item kualitas produk

pada *halal supply chain management* dengan rata-rata 4.50 (sangat setuju). Hal ini berarti mahasiswi Yogyakarta telah memberikan nilai sangat setuju dalam variabel *halal supply chain management* pada interval 4.20 – 5.00 . karena mahasiswi menggunakan produk kosmetik halal.

- **Variabel tingkat kesadaran mahasiswi Yogyakarta (X2)**

Tingkat kesadaran mahasiswi terdiri dari 5 item pertanyaan hasil analisis deskripsi dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.7 Variabel tingkat kesadaran mahasiswi Yogyakarta (X2)

no	pertanyaan	Rata2	Keterangan
1	Saya menggunakan produk kosmetik halal bersertifikat halal	4.00	setuju
2	Saya menggunakan produk kosmetik halal berlogo halal	4.03	setuju
3	Produk kosmetik halal Memberikan efek positif bagi saya	4.00	setuju
4	Saya menggunakan kosmetik halal karena mengetahui <i>halal supply chain management</i> / rantai pasokan halal	3.38	Netral
5	Saya selalu memperhatikan kemasan kosmetik halal	4.00	setuju

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan rata-rata responden terhadap tingkat kesadaran mahasiswi Yogyakarta adalah sebesar 4.00 sedangkan penilaian tertinggi terjadi item pengguna

produk kosmetik halal dengan rata-rata 4.03 (setuju). Hal ini berarti mahasiswi Yogyakarta telah memberikan nilai setuju dalam variabel tingkat kesadaran mahasiswi Yogyakarta pada interval 3.40 – 4.19. karena mahasiswi Yogyakarta sadar terhadap produk kosmetik halal dan memahami produk kosmetik yang digunakan.

- **Variabel kepuasan mahasiswi Yogyakarta (Y1)**

Kepuasan mahasiswi Yogyakarta terdiri dari 6 item pertanyaan hasil analisis deskripsi dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.8 Variabel kepuasan mahasiswi Yogyakarta (Y1)

no	pertanyaan	Rata2	Keterangan
1	Produk kosmetik halal mempengaruhi kepuasan saya	4.00	Setuju
2	Tidak ada efek samping menggunakan kosmetik halal	3.50	setuju
3	Memiliki logo halal di kemasan membuat saya puas terhadap produk kosmetik halal	4.15	setuju
4	Menawarkan beranekaragam produk kosmetik halal	4.18	setuju
5	Memiliki kandungan yang sesuai dengan keterangan di kemasan	4.18	setuju
6	Saya puas karena saya sadar terhadap produk-produk kosmetik halal	4.18	setuju

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan rata-rata responden terhadap kepuasan mahasiswi Yogyakarta adalah sebesar 4.18 sedangkan penilaian tertinggi terjadi item pengguna produk kosmetik halal dengan rata-rata 4.18 (setuju). Hal ini berarti mahasiswi Yogyakarta telah memberikan nilai setuju dalam variabel kepuasan mahasiswi Yogyakarta pada interval 3.40 –

4.19. karena mahasiswa Yogyakarta sadar dan puas terhadap produk kosmetik halal dan memahami produk kosmetik yang digunakan.

Analisis kuantitatif

- Hasil analisis linier berganda

Model regresi linier berganda untuk halal supply chain management serta produk kosmetik halal formula sebagai berikut:

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

Keterangan:

- α = adalah nilai konstanta dalam regresi
- β = adalah merupakan koefisien regresi
- Y = Tingkat Kesadaran Terhadap Kosmetik Halal
- X1 = Halal Supply Chain Management
- X2 = Kepuasan

Hasil analisis regresi linier berganda dapat di tunjukan pada tabel berikut:

Tabel 4.9 hasil analisis linier berganda

Variabel	Koefisein regresi	T hitung	P value	keterangan
halal supply chain management	0.252	3.278	0.001	signifikan
Kepuasan konsumen	0.542	7.051	0.00	signifikan

Sumber : data primer diolah 2018

Adj R. Square :0.495

Multiple. R : 7.10
 F. hitung : 59.841
 Sig F : 0.000

Pada tabel diatas perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program computer hasil sebagai berikut:

$$Y = 0.252X1 + 0.542X2$$

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar telah memenuhi asumsi-asumsi persamaan model regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan pada regresi linier berganda yaitu uji normalitas, uji Autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas.

- **Uji normalitas**

Berikut pengujian normalitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		121
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,35837399
	Absolute	,042
Most Extreme Differences	Positive	,042
	Negative	-,031
Kolmogorov-Smirnov Z		,464
Asymp. Sig. (2-tailed)		,982

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas mengunjukkan bahwa nilai asymp.sig sebesar $0.982 > 0.05$, maka dapat disimpulkan normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

- **Uji multikolonieritas**

Kreteria pengujian yaitu jika nilai VIF kurang dari 10 dan mulai tolerance lebih dari 0.10, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas dapat di tunjukan sebagai berikut:

Tabel 4.10 Uji multikolonieritas

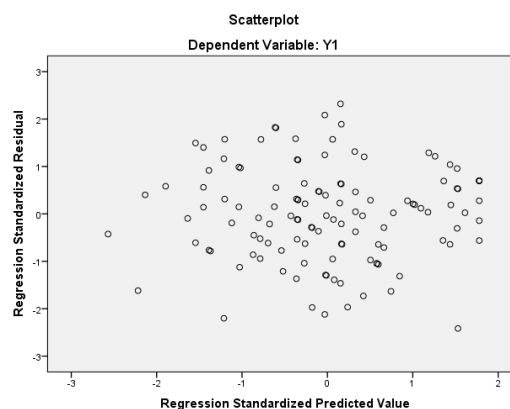
Var. Bebas	VIF	Keterangan
X1	1.404	Tidak multikolonieritas
X2	1.404	Tidak multikolonieritas

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolonieritas.

Uji heteroskedastisitas

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *plot residual*. Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan sebagai berikut:



Gambar : 4.1 Heteroskedastisitas

Berdasarkan data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan regresi yang diajukan penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

- **Uji Autokorelasi**

Analisis asumsi klasik pada uji autokorelasi dilakukan menggunakan *Durbin Watson*.

Hasil uji pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji Autokorelasi

<i>Durbin watson</i>	Interval	Keterangan
1.462	1.35290 - 1.75438	Tidak autokorelasi

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* test 2.165. sehingga berada pada $du < dw < 4-du$ (1.35290 - 1.75438) dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala Autokorelasi..

Uji hipotesis

- **Uji f**

Hasil uji diperoleh F_{hitung} sebesar 59.841 dengan p value sebesar 0.00, sehingga $0.00 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel yang terdiri dari tingkat kesadaran mahasiswi dan kepuasan mahasiswi, pada produk kosmetik halal secara signifikan terhadap *halal supply chain management*

- **Uji t**

Uji t dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independent mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat atau dependen. Dengan membandingkan antara nilai sig T_{hitung} dengan tingkat signifikat 5%.

Tingkat kepuasan

Tabel 4.12 Uji t

Variabel	T_{hitung}	Signifikan
<i>Halal Supply chain managent (X1)</i>	3.278	0.001
Kesadaran mahasiswi (X2)	7.051	0.00

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas tingkat kesadaran dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukan bahwa variabel *Halal Supply chain managent (X1)* terdapat nilai t_{hitung} sebesar 3.278 dan p value 0.001 yang bearti $0.001 < 0.05$ artinya ada pengaruh variabel *Halal Supply chain managent* secara signifikan terhadap tingkat kepuasan produk kosmetik halal dengan tingkat kesadaran mahsiswi Yogyakarta dan kesadaran mahsiswi Yogyakarta yang sebagai control terdapat nilai t_{hitung} sebesar 7.051 dan p value 0.000 yang bearti $0.000 < 0.05$.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas menunjukan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan variabel halal *supply chain management* terjadapa tingkat kepuasan terhadap produk kosmetik halal yang di mana variabel kontrolnya tingkat kessadaran mahasiswi ygogyakarta untuk regresi linier berganda..

a. Pengaruh halal *Supply Chain Management* terhadap Tingkat Kesadaran mahasiswi Yogyakarta

Hasil penelitian membuktikan terdapat pengaruh signifikan positif halal *supply chain management* terhadap tingkat kepuasan pada produk kosmetik halal, yang dimana tingkat kesadaran mahasiswi Yogyakarta sebagai variabel kontrol. Berdasarkan hitung regresi linier berganda terdapat nilai nilai t_{hitung} sebesar 3.278 dan p value 0.001 yang berarti $0.001 < 0.05$.

Menurut BahrudinIllyas & Desa (2011) halal Supply Chain Management menjelaskan Halal manajemen rantai pasok adalah sebagai "proses pengelolaan pengadaan, gerakan, penyimpanan dan penanganan bahan, bagian, ternak dan setengah jadi persediaan, makanan dan non-makanan, dan informasi terkait bersama-sama dengan dokumentasi mengalir melalui organisasi yang sesuai dengan umum prinsip-prinsip Hukum syariah ". sehingga perusahaan harus sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Syariah dan sudah melakukan uji oleh LPOM MUI dan mahasiswi harus sadar akan produk-produk kosmetik halal dan menurut (Umar, 2005:65). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembuatan tentang Analisis Halal Supply Chain Management terhadap tingkat kepuasan Produk Kosmetik Halal dengan variabel kontrol Tingkat Kesadaran Mahasiswi Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Terdapat pengaruh Analisis Halal Supply Chain Management terhadap tingkat kepuasan Produk Kosmetik Halal dengan variabel kontrol Tingkat Kesadaran Mahasiswi Yogyakarta.

Saran

Meningkatnya Analisis Halal Supply Chain Management terhadap tingkat kepuasan Produk Kosmetik Halal dengan variabel kontrol Tingkat Kesadaran Mahasiswi Yogyakarta, karena terbukti dengan keterkaitan antara kedua variabel tersebut. Sehingga halal *Supply Chain Management* perlu Namanya variabel pendukung atau kontrol . Dalam melakukan kedua variabel tersebut harus sesuai dengan syariat-syariat islam dan halal *Supply Chain Management* dalam membuat produk kosmetik halal, sehingga produk yang digunakan mahasiswi atau konsumen aman sesuai dengan keinginan konsumen. Penelitian selanjunya dapat menambah variabel yang mempengaruhi Analisis Halal Supply Chain Management terhadap tingkat kepuasan Produk Kosmetik Halal dengan variabel kontrol Tingkat Kesadaran Mahasiswi Yogyakarta, sehingga hasil dapat digeneralisasikan untuk sampel yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- BPOM RI. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.42.1018 tentang Bahan Kosmetik. Jakarta: BPOM RI, 2014
- Departemen Agama RI. Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal direktorat Jenderal bimbingan masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, Petunjuk teknis pedoman sistem produksi halal. Jakarta, 2003
- Mohammadian, F, and B Hajipour. "Halal Cosmetics Supply Chain - A Conceptual Model." *International Journal Supply Chain Management* Vol 5 No 1, 2015: 33-4
- Tieman, Marco. "The application of Halal in supply chain management: indepth interviews." *Journal of Islamic Marketing* Vol. 2 Iss 2, 2011: 186-195
- Bonne, K., and W. Verbeke. "Religious values informing Halal meat production and the control and delivery of Halal credence quality." *Agriculture and Human Values* Vol 25, 2008: 35-47.
- Carrie Amani Annabi and Olufunbi Olajumoke Ibidapo-Obe "Halal certification organizations in the United Kingdom" *Journal of Islamic Marketing* Vol. 8 No. 1, 2017: 113-114.
- Tieman Marco dkk. "Principles in halal supply chain management" *Journal of Islamic Marketing* Vol. 3 No. 3, 2012 : 216-226.
- Ab Talib Mohamed Syazwan dkk. "Halal supply chain critical success factors: a literature review" *Journal of Islamic Marketing* Vol. 6 No. 1, 2015:
- Coyle, J.J., Novack, R.A., Gibson, B.J. and Bardi, E.J. (2011), *Management of Transportation*, 7th international ed., South-Western Cengage Learning.
- Tieman, M. (2011), "The application of halal in supply chain management: in-depth interviews", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 2 No. 2, pp. 186-195.
- Hammant, J. (1995), "Information technology trends in logistics", *Logistics Information Management*, Vol. 8 No. 6, pp. 32-37.
- Bahrudin, S.S.M., Illyas, M.I. and Desa, M.I. (2011), "Tracking and tracing technology for halal product integrity over the supply chain", *International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICEEI)*, Bandung, pp. 1-7.
- Simatupang, T.M. and Sridharan, R. (2002), "The collaborative supply chain", *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 13 No. 1, pp. 15-30.
- International Halal Integrity Alliance (IHIA) (2011), "Halal in a box", available at: www.ihialliance.org/hiab.php
- Rezai, G., Mohamed, Z. and Shamsudin, M.N. (2012), "Assessment of consumers' confidence on halal labelled manufactured food in Malaysia", *Pertanika Journal of Social Science & Humanity*, Vol. 20 No. 1, pp. 33-42.

- European Commission (2002), "Regulation (EC) No 178/2002 of the European parliament and of the council", Official Journal of the European Communities, Vol. 31 No. 1, pp. 1-24.
- Nakyinsige, K., Man, Y.B.C. and Sazili, A.Q. (2012), "Halal authenticity issues in meat and meatproducts", Meat Science, Vol. 91 No. 3, pp. 207-214.
- Ab Talib Mohamed Syazwan dkk. (2014) "Halal logistics in Malaysia: a SWOT analysis" Journal of Islamic Marketing Vol. 5 No. 3, pp 329-332
- Department of Islamic Development (2013), "Recognised foreign Halal certification bodies & authorities as at 15th February 2013", available at: <http://halal.gov.my/v3/index.php/ms/senarai-badan-islam-yang-diiktiraf> (accessed 18 February 2013).
- Khilfatul Khamidah, Rifkiana Isna Ummu Zulala (05 Desember 2016), "HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT"
https://Www.Academia.Edu/30473450/Makalah_Halal_Supply_Chain_Management_Program_Studi_Ekonomi_Islam_Fakultas_Ilmu_Agama_Islam_Universitas_Islam_Indonesia_Yogyakarta_2016
- Annisa Kusumawati, M.M. (2018, setember 29) *halal supply chain managemet*"
Retrieved from ppm-manajemen.ac.id:
<https://ppm-manajemen.ac.id/blog/artikel-manajemen-18/post/halal-supply-chain-1344>
- Faticha Ghevi (04 oktober 2018) "Tingkat Kesadaran Dan Ketidaksadaran Manusia"
Retrieved from: http://fatichaghevi.blogspot.com/2013/12/tingkat-kesadaran-dan-ketidaksadaran_16.html
- SORA N (16-Maret-2015) "Pengertian Populasi Dan Sampel Serta Teknik Sampling"
Retrieved from <http://www.pengertianku.net>:
<http://www.pengertianku.net/2015/03/pengertian-populasi-dan-sampel-serta-teknik-sampling.html>
- Tugu Jogja (2018). "Kepala BPOM: Yogyakarta Jadi Pasar Potensial Produk Kosmetik Berbahaya".
Macropedia Didapat dari : <https://kumparan.com/tugujogja/yogyakarta-pasar-potensial-produk-kosmetik-berbahaya-27431110790551376>
- Hadfi Ibadurrahman (24 Januari 2012) Analisis Data: "Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif"
Macropedia Didapat dari <http://hadfi-ibadurrahman.blogspot.com/2012/01/analisis-data-penelitian-kualitatif-dan.html>
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks: Jakarta
- Umar, Husein. 1997. Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. Total Quality Manajemen. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta

- Rusdyanha (2018) “Manajemen Rantai Pasokan/ SCM”
Macropedia Didapat dari: <https://www.rusdyanha.com/2016/12/makalah-supply-chain-management-scm.html>
- Poerwanto G Hendra (9 oktober 2018) “Manajemen Rantai Pasokan/ SCM” Macropedia
Didapat dari:
<https://sites.google.com/site/operasiproduksi/manajemen-rantai-pasokan>
- A. Latif, Misno, 2000, Teknik Analisis Data Kuantitatif, Makalah diklat Action Research
Mahasiswa STAIN Jember.
- Arikunto, Suharsimi, 1993, Manajemen Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta
- Binus univesity (10 oktober 2018) “Uji Validitas Dan Reliabilitas” Macropedia Didapat dari:
<http://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Annisa kusumawati, M. (2018, setember 29) *halal supply chain managemet*” (29 september
2018) Retrieved from swa.co.id: <https://swa.co.id/swa/my-article/halal-supply-chain>
- Loebi, S. (2018, setember 29), *halal supply chain managemet*. Retrieved from
blogspot.com:<http://teoribaruhalalsupplychainmanagement.blogspot.com/2017/01/halal-supplychain-managementrantai.html>
- Duwi (15 oktober 2018), “analisi regresi linier berganda” Retrieved from
<http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/analisis-regresi-linier-berganda.html>
- Hidayat Anwar (15 oktober 2018) “Uji F dan Uji T” Retrieved from
<https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>
- fitria Nia (15 oktober 2018) “uji asumsi klasik” Retrieved from
https://www.academia.edu/30582124/Uji_Asumsi_Klasik
- Sarwono Jonathan (29 oktober 2018) “Path Analysis Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi
yang diterbitkan oleh Penerbit Elex Media Komputindo Kompas Gramedia Jakarta,
tahun 2012).
Retrieved from http://www.jonathansarwono.info/aj/analisis_jalur.htm