

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

Skripsi



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

Skripsi



Oleh

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

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Dan sepanjang pengetahuan saya tidak juga terdapat karya atau pendapat yang di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali saya secara tertulis diacuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam refrensi. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 5 Desember 2018

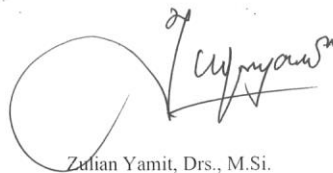


Ryan riyadi

Halaman Pengesahan Skripsi
ANALISIS HALAL *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*, PRODUK KOSMETIK
HALAL TERHADAP TINGKAT KESADARAN DAN KEPUASAN
MAHASISWI YOGYAKARTA

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

Yogyakarta,
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen pembimbing



Zulian Yamit, Drs., M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

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

Disusun Oleh : **RYAN RIYADI**

Nomor Mahasiswa : **15311513**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 16 Januari 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs., M.Si.

Penguji : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM.



.....
.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

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

Ryan Riyadi

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

ryan.riyadi1997@gmail.com

ABSTRAK

Dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan kepuasan melalui produk kosmetik halal, salah satu kegiatan operasional dilakukan terhadap produk kosmetik halal adalah konsep dari hubungan dengan *halal supply chain management*. Faktor kunci dari konsep ini adalah pemahaman akan *halal supply chain management* terhadap tingkat kepuasan produk kosmetik halaln dengan variaabel control kepuasan mahsiswi yogyakarata. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis *halal supply chain management* terhadap tingkat kepuasan produk kosmetik halal dengan variabel kontrol kepuasan mahsiswi yogyakarata.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi yang menggunakan produk kosmetik halal dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden yang diperoleh dengan menggunakan *populasi* dan *sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan alat pengujian menggunakan IBM SPSS Statistic 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat kepuasan berpengaruh secara positif terhadap produk kosmetik halal, yang dimana variabel control tingkat kesadaran mahsiswi yogyakarta.

Kata Kunci : *halal supply chain management, tingkat kepuasan produk kosmetik halal, kesadaran mahasiswi yoogyakarta.*

ANALYSIS OF HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
COSMETIC PRODUCTS TOWARDS HALALSTUDENTS 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.

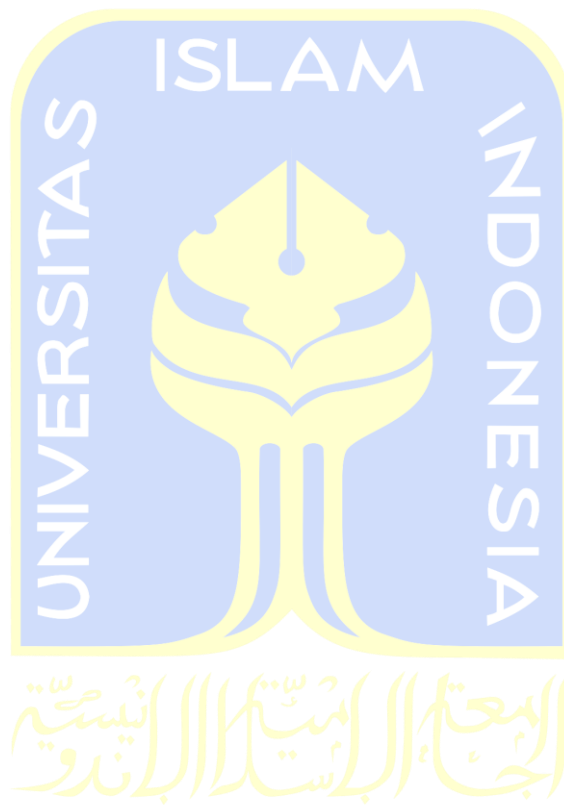
This research was conducted on students who use halal cosmetic products with a total sample of 130 respondents obtained by using population and sampling. The data analysis method used in this study is descriptive analysis and quantitative analysis with testing tools using IBM SPSS Statistics 20.

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*

MOTTO

*“Penderitaan jiwa mengarahkan keburukan. Putus asa adalah sumber kesesatan,
dan kegelapan hati adalah pangkal penderitaan jiwa”.*



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin puji dan syukur penulis panjatkan atas Allah Subhanahu Wata’ala yang dengan hidayah dan taufik-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Analisis Halal Supply Chain Management, Produk Kosmetik Halal Terhadap Tingkat Kesadaran Dan Kepuasan Mahasiswi Yogyakarta” sebagai salah satu syarat kelulusan S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Tidak lupa shalawat serta salam semoga senantiasa tersampaikan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam yang telah mengajarkan kepada kita jalan yang lurus berupa ajaran agama islam yang sempurna dan menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yaitu sudarti ningsih dan kirno yang telah bersusah payah menyekolahkan penulis hingga saat ini. Terimakasih juga kepada teman-teman yang telah menjadi inspirasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini juga, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Jaka Sriyana, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

2. Zulian Yamit, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan saran dalam penulisan skripsi ini.

Serta semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga persahabatan kita tidak hanya didunia tetapi juga di surganya Allah Subahanahu Wata'ala.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Untuk itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangannya. Penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kiritk yang mendukung.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Yogyakarta, 5 Desember 2018

Penulis

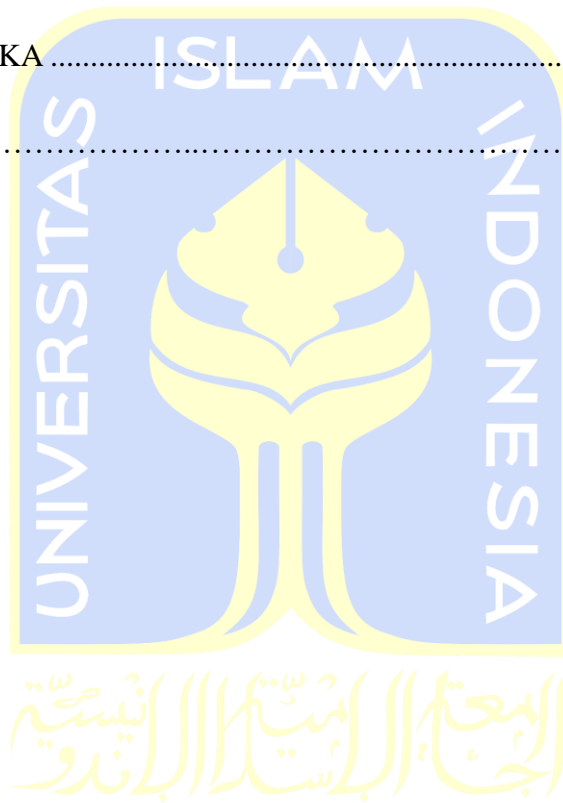
Ryan Riyadi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKIRPSI.....	iii
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	6
1.3 Tujuan penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Kajian pustaka.....	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Supply Chain Management.....	11
2.2.2 <i>Halal Supply Chain Management</i>	18
2.2.3 Konsep Halal.....	28
2.2.4 Supply Chain Managemen Halal Produk Kosmetik.....	31
2.3 Kerangka pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis penelitian.....	34

BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Lokasi penelitian.....	35
3.2 Definisi oprasional variabel.....	35
3.2.1 Tingkat Kesadaran	35
3.2.2 Kepuasan.....	36
3.3 Populasi Dan Sampel	39
3.4 Prosedur pengumpulan data dan sumber data.....	41
3.5 Teknik pengumpulan data.....	43
3.6 Pengujian instrumen.....	44
3.6.1 Uji validitas.....	44
3.6.2 Uji Realibilitas	45
3.7 Metode analisis data.....	45
3.7.1 Analisis Deskriptif	46
3.7.2 Analisis regresi berganda	46
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.1 Uji Normalitas.....	47
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	48
3.8.3 Uji Autokorelasi	48
3.8.4 Uji Heterokedastisita.....	49
3.9 Pengujian hipotesis	49
3.9.1 Uji t	50
3.9.2 Uji f.....	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Uji intrumen penelitian	51
4.1.1 Uji validitas.....	51

4.1.2 Uji reliabilitas.....	53
4.2 Analisis deskripsi	54
4.2.1 Karakteristik responden	54
4.5 Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	74



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data perempuan dan lai-laki	40
Tabel 4.1 uji validitas	51
Tabel 4.2 uji reliabilitas.....	52
Tabel 4.3 jenis kelamin dan produk kosmetik halal.....	54
Tabel 4.4 umur responden.....	55
Tabel 4.5 pendidikan responden	55
Tabel 4.6 Variabel halal <i>supply chain management</i> (X1).....	57
Tabel 4.7 Variabel tingkat kesadaran mahasiswi Yogyakarta (X2).....	59
Tabel 4.8 Variabel kepuasan mahasiswi Yogyakarta (Y1).....	60
Tabel 4.9 hasil analisis linier berganda.....	62
Tabel 4.10 Uji multikolonieritas	64
Tabel 4.11 Uji Autokorelasi	65
Tabel 4.12 Uji t.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 sumber: I Nyoman Pujawan (2005).....	11
Gambar 2.2 halal <i>supply chain management</i>	25
Gambar 2.3 kerangka penelitian.....	35
Gambar 3.2 Diagram mahasiswa/i di Yogyakarta.....	40
Gambar 4.1 Hetereskedastisitas.....	64



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

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. Hal ini mengakibatkan persaingan antara pengusaha yang satu dengan lainnya dalam menjaga kualitas dan kuantitas produknya. 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. Pengusaha harus memutuskan suatu strategi rantai pasokan dalam rangka memperoleh barang dari

luar, salah satu strategi adalah pendekatan bernegosiasi dengan banyak pemasok satu dengan yang lainnya.

Kedua membangun hubungan kemitraan jangka panjang dan untuk 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, Tieman (2012) menyatakan dalam konsepnya menyebutkan “halal dalam rantai pasok berarti kegiatan keseluruhan entitas yang terlibat sepanjang rantai pasok dari hulu ke hilir menerapkan konsep yang sesuai syariat Islam, dimulai dari pemilihan pemasok, proses produksi, penyimpanan, sampai dengan distribusi (memisahkan penyimpanan dan pengiriman produk halal agar terhindar dari kontaminasi)”.

Pada tahun 2012 yang menunjukkan bahwa 5,7 persen dari pengeluaran global dan diperkirakan akan mencapai \$39.000.000.000 pada tahun 2018 (Thomson Reuters, 2013). Jika sebelumnya pasar produk halal dianggap terbatas dan kurang menguntungkan, bahwa saat ini produk halal telah mampu menjadi primadona yang digunakan beberapa negara. Dengan potensi pasar yang terus meningkat, tampaknya menjadi motivasi bagi sejumlah negara seperti Malaysia,

Thailand, Indonesia, dan Jepang berlomba menjadi pusat produk halal atau Halal Hub (Global Pathfinder Report, 2011).

Untuk menjawab tantangan ini, perusahaan perlu menyadari pentingnya konsep manajemen rantai pasok halal (Halal Supply Chain Management). Jumlah perusahaan yang bergerak pada industri kosmetik di Indonesia yang telah melakukan sertifikasi halal, dari 500 perusahaan anggota Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi), yang sudah bersertifikasi halal sekitar 70 perusahaan. Jumlah keseluruhan kosmetik sendiri berdasarkan data Kementerian Perindustrian pada tahun 2013 ada sebanyak 760 perusahaan. Menurut Ketua Bidang Teknis dan Ilmiah Perkosmi, “pemerintah bisa mengkaji ulang mengenai sertifikasi halal kosmetik dengan mempertimbangkan dampak dari hulu ke hilir”. (Murdaningsih, 2016).

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. (Indonesia Investments, 2014). Keadaan ini tentu mempengaruhi peningkatan kebutuhan dan permintaan akan pasar halal di Indonesia. Permintaan secara global produk-produk halal, tak lepas dari perkembangan teknologi dan informasi yang ada saat ini. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang produk-produk kecantikan melaporkan bahwa permintaan untuk produk-produk kecantikan halal meningkat tajam seperti yang didapatkan oleh perusahaan riset pasar, TechNavio melihat penjualan halal produk perawatan pribadi tumbuh 14% per tahun sampai 2019, melampaui pasar yang lebih luas. (AhadTimes, 2016). Melihat dari fenomena tersebut, maka bagian logistik dan supply chain produk tentu harus pula menerapkan aspek halal pada industrinya. Dikarenakan produk halal

yang sudah mulai menjadi gaya hidup saat ini, maka semua sarana produksi serta supply chain yang digunakan harus terjamin kehalalannya. (Gimenez & Lourenco, 2015).

Pengenalan Halal Kosmetik Standard [MS 2200: 2008] oleh Pemerintah Malaysia yang dilakukan pada bulan Juni 2010, telah mengatur aspek-aspek untuk pelabelan Halal pada kosmetik dan produk perawatan pribadi yang memenuhi hukum Islam, terutama dari perspektif bahan yang digunakan (Premium Beauty News, 2012). Kosmetik yang tidak Halal berarti dalam proses pembuatannya menggunakan zat-zat Haram menurut aturan dalam Islam. Hal tersebut biasanya akan memberikan perasaan tidak tenang dan keraguan pada pengguna muslim saat menggunakannya. Selain keraguan yang muncul akibat kesalahan pemilihan kosmetik, masalah-masalah lain yang muncul adalah kesehatan menjadi ancaman lainnya bagi konsumen. Sedangkan Sebuah survei konsumen Muslim di Malaysia, menetapkan bahwa karena permintaan halal kosmetik secara global telah tumbuh secara signifikan, dengan pertumbuhan tahunan lebih dari 10 persen di 2014, ini menimbulkan kekhawatiran bagi konsumen Muslim (Ahmad et al., 2015). Kebanyakan kosmetik produk dibuat oleh dan berasal dari produsen dan negara non-Muslim, masing-masing. Selanjutnya, karena meningkatnya internalisasi pasar, lebih banyak pilihan kosmetik pasar tersedia untuk konsumen (Hunter, 2012).

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian kosmetik oleh wanita Muslim konsumen khususnya di Malaysia mencatat bahwa bahan-bahan di dalamnya adalah faktor yang paling berpengaruh (Hashim dan Musa,

2014). Demikian pula setelah survei yang dilakukan selama Dubai World 2015 Pameran Beauty Middle East, mayoritas responden menunjukkan bahwa bahan-bahan dan umpan balik penjual adalah influencer pembelian utama (Hajipour et al., 2015, p. 344). Memang, Sebagian besar literatur yang tersedia tentang kosmetik halal menekankan hanya dapat diterima bahan, yang merupakan bagian kecil dari rantai pasokan halal. Sebagai Talib et al. (2013) berkomentar, kekhawatiran halal muncul dari awal rantai pasokan dan mencakup keseluruhan jaringan hingga konsumsi akhir.

Hasil pengawasan Badan POM pada tahun 2014, teridentifikasi 68 kosmetika mengandung bahan berbahaya yang terdiri dari 32 kosmetika luar negeri dan 36 kosmetika local. (pom.go.id), yang di mana bahan-bahan mengandung kolagen, plasenta, gelatin hewani, gliserin hewani dan kandungan-kandungan berbahaya tergolong non-halal sebisa mungkin dihindari. Tak cuma di Indonesia, negara-negara tetangga pun mengeluarkan rangkaian produk kosmetik halal. Menurut Thomson Reuters, kemungkinan tahun 2019 total belanja muslim untuk industri ini mencapai 6,6% secara global. (swa.co.id). Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menjadi salah satu wilayah potensial peredaran kosmetik mengandung bahan berbahaya. Banyaknya pendatang terutama mahasiswi yang berdomisili di wilayah ini menjadi pasar yang potensial untuk penjualan produk-produk kosmetik tanpa lisensi dan juga berlisensi aspal (asli tapi palsu) dan Seperti dalam operasi kosmetik berbahaya terakhir periode 9-23 Juli 2018 ini, 50 % lebih dari temuan BPOM justru merupakan kosmetik asal luar negeri. (kumparan.com)

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.**

1.2 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?

1.3 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.

1.4 Manfaat penelitian

1. Secara teoritis

Manfaat penulisan ini adalah memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan tentang *Halal Supply Chain Management* dan kepuasan terhadap produk kosmetik halal dengan variabel control tingkat kesadaran mahsiswi yogyakarta.

2. Secara praktis

Manfaat yang di peroleh adalah mengetahui akan kosmetik halal serta diharapkan akan menghasilkan kepuasan produk kosmetik halal dan menganalisis akan *Halal Supply Chain Management*.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian pustaka

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yang sama menjelaskan mengenai variabel hala supply chain management (Halal SCM) dan juga menggunakan kuosioner, wawancara dan literatur, penlitian tersebut antara lain adalah:

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan “Principles in halal supply chain management” telah dilakukan penelitian terlebih dahulu. Antara lain penilitan yang di lakukan Marco Tieman, Jack G.A.J. van der Vorst dan Maznah Che Ghazali yang di mana dalam penilitan bertujuan untk mengetahui prinsip Model rantai pasokan halal terdiri dari unsur-unsur berikut: kebijakan halal, rantai pasokan tujuan, kontrol logistik, sumber daya rantai suplai, proses bisnis rantai pasokan, struktur jaringan rantai suplai, dan kinerja rantai suplai halal. Model ini dikembangkan melalui kombinasi model rantai pasok yang ada, yaitu integral konsep layanan pelanggan (van Goor, 1991; van Amstel dan van Goor, 2001), dan metode penilitan yang di gunakan untuk pengumpulan data diskusi Menurut de Ruyter (1996), Hines (2000), Stokes dan Bergin (2006), Sekaran (2007), dan Walden (2006) yang di mana kelompok fokus untuk mendapatkan pemahaman yang kaya tentang fenomena baru, seperti SCM halal. Dan Kelompok fokus yang membayangkan mendapatkan

pemahaman yang lebih baik tentang proses bisnis logistik yang terlibat dalam rantai pasokan makanan halal untuk negara-negara Muslim dan non-Muslim.

Penelitian yang dilakukan Mohamed Syazwan Ab Talib, Abu Bakar Abdul Hamid, dan Mohd Hafiz Zulfakar yang berjudul “Halal supply chain critical success factors: a literature review” yang di mana penelitian ini bertujuan jelas bahwa untuk mengetahui penggabungan Halal dan manajemen rantai pasokan, sehingga menjadi relevan dengan literatur yang ada. Selain itu, konsep CSF yang menonjol dalam rantai suplai konvensional juga dapat beradaptasi dengan rantai pasokan Halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah hanya fokus pada sumber sekunder literatur yang ada dan tidak memiliki bukti secara empiris.

Penelitian yang dilakukan Mohamed Syazwan Ab Talib dan Abu Bakar Abdul Hamid dengan judul “Halal logistics in Malaysia: a SWOT analysis” penelitian ini bertujuan untuk Analisis SWOT dan matriks SWOT disajikan hanya pedoman dan saran untuk perbaikan logistik Halal industri. Studi ini adalah yang pertama dari jenisnya karena ada belum ada studi khusus tentang analisis SWOT logistik Halal. Kesimpulan dalam penelitian ini, keberhasilan logistik Halal tidak hanya terletak pada satu entitas. Dukungan dan kolaborasi antara semua pihak yang mencakup layanan logistik Halal penyedia, otoritas halal, pemerintah atau lembaga pemerintah, lembaga halal dan universitas, produsen produk atau jasa dan konsumen semuanya diperlukan untuk memiliki logistik Halal yang sehat dan sukses. Dan metode penelitian yang digunakan sekunder.

Penelitian yang dilakukan Mohamed Syazwan Ab Talib, Abu Bakar Abdul Hamid dan Thoo Ai Chin penelitian yang berjudul “Can halal certification influence logistics performance” tujuan dari penelitian ini untuk mengembangkan model konseptual yang menawarkan banyak proposisi yang menghubungkan sertifikasi halal dan kinerja logistik perusahaan yang di mana dan selain dari penerapan sertifikasi halal sebagai alat untuk mendapatkan legitimasi bisnis, praktisi industri dapat menggunakan sertifikasi halal sebagai mekanisme untuk meningkatkan kinerja organisasi, khususnya kinerja logistik. Metode dalam penelitian ini menggunakan sekunder dan literatur yang ada.

Penelitian yang dilakukan Osaro Aigbogun¹, Zulkipli Ghazali, and Radzuan Razali. Penelitian yang berjudul “Resilience Attributes of Halal Logistics on the Pharmaceutical Supply Chain” tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi atribut dan aspek logistik Halal yang meningkatkan ketahanan rantai pasokan dan temuan penelitian ini memberikan kerangka kerja untuk penerapan teknik logistik Halal dalam meningkatkan ketahanan rantai pasokan. Metode penelitian yang digunakan sekunder yang di mana dari literatur review sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan Suhaiza Zailani, Mohammad Iranmanesh, Azmin Azliza Aziz dan Kanagi Kanapathy yang berjudul “Halal logistics opportunities and challenges” tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui fenomena baru yang didorong oleh industri halal untuk memperpanjang halal dari sumber ke titik pembelian konsumen, sehingga memastikan integritas produk halal untuk konsumen akhir dan pasar ekspor. Penelitian ini didasarkan pada penelitian yang

sudah ada yang diterbitkan dalam Journal of Pemasaran Islam tentang logistik halal. Selain tinjauan literatur yang luas, lima diskusi kelompok focus dilakukan untuk menemukan tantangan dan peluang terkait dengan layanan logistik halal di Indonesia dan Malaysia.

Penelitian yang dilakukan Carrie Amani Annabi dan Olufunbi Olajumoke Ibidapo-Obe yang berjudul “Halal certification organizations in the United Kingdom” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sertifikasi halal menjamin kualitas produk kosmetik halal. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan kualitatif dan penelitian terdahulu.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Supply Chain Management

Proses supply chain management adalah proses saat produk masih berbahan mentah, produk setengah jadi dan produk jadi diperoleh, diubah dan dijual melalui berbagai fasilitas yang terhubung oleh rantai sepanjang arus produk dan material. Bila digambarkan dalam bentuk bagan akan nampak sebagai berikut:



Gambar 2.1 Sumber: I Nyoman Pujawan (2005)

Bagan di atas menunjukkan bahwa supply chain management adalah koordinasi dari material, informasi dan arus keuangan diantara perusahaan yang

berpartisipasi. Arus material melibatkan arus produk fisik dari pemasok sampai konsumen melalui rantai, sama baiknya dengan arus balik dari retur produk, layanan, daur ulang dan pembuangan. Arus informasi meliputi ramalan permintaan, transmisi pesanan dan laporan status pesanan. Arus keuangan meliputi informasi kartu kredit, syarat-syarat kredit, jadwal pembayaran, penetapan kepemilikan dan pengiriman

Salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan supply chain adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat diantara jaringan atau mata rantai tersebut, dan pergerakan barang yang efektif dan efisien yang menghasilkan kepuasan maksimal pada para pelanggan (Indrajit dan Djokopranoto, 2003).

Dengan tercapainya koordinasi dari rantai supply perusahaan, maka tiap channel dari rantai supply perusahaan tidak akan mengalami kekurangan barang juga tidak kelebihan barang terlalu banyak. Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003) dalam supply chain ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepentingan didalam arus barang, para pemain utama itu adalah:

1. Supplier
2. Manufacturer
3. Distributor / wholesaler
4. Retail outlets

5. Customers

Dalam hubungan ini ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan dengan kepentingan yang sama. Berikut ini merupakan pemain utama yang terlibat dalam supply chain (Indrajit 2006);

1. Chain 1: Suppliers Rantai pada supply chain dimulai dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana mata rantai penyaluran barang akan mulai. Bahan pertama ini biasa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan dagang, subassemblies, suku cadang atau barang dagang. Sumber pertama ini dinamakan suppliers.

2. Chain 1-2: Suppliers – Manufacturer Rantai pertama dihubungkan dengan rantai kedua, yaitu manufacturer yang merupakan tempat untuk melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, mengasembling, merakit, mengkonversi ataupun menyelesaikan barang (finishing). Hubungan kedua mata rantai tersebut sudah mempunyai potensi untuk melakukan penghematan. Misalnya, penghematan inventory carrying cost dengan mengembangkan konsep supplier parttnering.

3. Chain 1-2-3: Supplier – Manufacturer – Distribution Dalam tahap ini barang jadi yang dihasilkan oleh manufacturer disalurkan kepada pelanggan, dimana biasanya menggunakan jasa distributor atau wholesaler yang merupakan pedagang besar dalam jumlah besar.

4. Chain 1-2-3-4: Supplier – Manufacturer – Distribution – Retail Outlets Dari pedagang besar kemudian barang disalurkan ke toko pengecer (retail outlets). Walaupun ada beberapa pabrik yang langsung menjual barang hasil produksinya

kepada pelanggan, namun secara relatif jumlahnya tidak banyak dan kebanyakan menggunakan pola seperti di atas.

5. Chain 1-2-3-4-5: Supplier – Manufacturer – Distribution – Retail Outlets – Customer Para pengecer atau retailers menawarkan barangnya langsung kepada pelanggan. Yang termasuk outlets adalah toko, warung, toko serba ada, pasar swalayan, mall, dan sebagainya. Adapun customer dalam konteks ini merupakan mata rantai terakhir yang dilalui supply chain sebagai end-user.

Komponen- komponen dalam penerapan manajemen rantai pasokan (SCM) adalah sebagai berikut (Probowati 2011);

1. Plan (rencana)

Perencanaan merupakan porsi supply chain management yang strategis. Tahap ini digunakan untuk mengatur semua sumber yang dapat memenuhi permintaan konsumen. Rencana yang hebat dapat mengembangkan serangkaian acuan untuk memonitor proses supply chain sehingga semua akan dapat berlangsung secara efisien dan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen serta memberikan nilai tambah.

2. Source (sumber)

Dalam source pengusaha harus dapat memilih supplier yang mampu mengirimkan produk yang diperlukan sehingga akan meningkatkan produk yang disediakan kepada konsumen. Pada bagian ini, pengusaha dapat mengembangkan harga proses pengiriman, dan proses pembayaran dengan supplier. Selain itu

pengusaha juga dapat menetapkan strategi untuk mengatur persediaan, ragam produk, dan mengaturnya di toko.

3. Make (membuat)

Make merupakan langkah yang diambil oleh pengusaha. Jika supply chain management dilakukan di bidang ritel maka hal ini akan berpengaruh terhadap proses penjualan dan pelayanan kepada konsumen.

4. Deliver (pengiriman)

Pengiriman berhubungan dengan bagian logistik dimana harus ada koordinasi yang jelas antara tingkat keperluan produk yang harus dibeli dan dibutuhkan oleh konsumen dengan jumlah persediaan. Untuk itu diperlukan adanya pengembangan network dengan bagian gudang. Pada tahap ini proses penerimaan barang ke gedung juga harus diperhatikan seperti kelengkapan dokumen penerimaan dan pengeluaran barang.

5. Return (pengembalian)

Return merupakan hal yang harus diperhatikan dan harus dijadikan sebagai bagian kedua belah pihak baik pengusaha maupun supplier. Pada bagian ini diperlukan pengembangan jaringan untuk mengetahui adanya produk cacat atau rusak baik yang telah dikembalikan oleh konsumen maupun sebelum dibeli oleh konsumen. Dengan demikian akan dapat mendukung tingkat pelayanan kepada konsumen.

Tujuan Strategis Supply Chain Management

Rantai pasokan bagaikan darah dari setiap organisasi bisnis karena menghubungkan pemasok, produsen, dan pelanggan akhir di jaringan yang sangat penting untuk penciptaan dan pengiriman barang dan jasa. Dalam mengelola rantai pasokan memerlukan suatu proses yaitu, proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian operasi rantai pasokan. Tujuan manajemen rantai pasokan adalah dengan menyelaraskan permintaan dan penawaran seefektif dan seefisien mungkin. Masalah-masalah utama dalam rantai pasokan terkait dengan (Stevenson, 2009):

1. Menentukan tingkat outsourcing yang tepat
2. Mengelola pembelian / pengadaan suatu barang
3. Mengelola pemasok
4. Mengelola hubungan terhadap pelanggan
5. Mengidentifikasi masalah dan merespon masalah dengan cepat
6. Mengelola risiko

Sedangkan menurut I Nyoman Pujawan, supply chain memiliki tujuan strategis yang perlu dicapai untuk membuat supply chain menang atau setidaknya bertahan dalam persaingan. Untuk bisa memenangkan persaingan pasar maka supply chain harus bisa menyediakan produk yang,

1. Murah
2. Berkualitas
3. Tepat waktu

4. Bervariasi

Menurut Hitt, Ireland dan Hoskisson (2001), semua tindakan yang diambil oleh perusahaan ini dimaksudkan untuk membantu perusahaan mencapai daya saing strategisnya dan menghasilkan laba di atas rata-rata. Daya saing strategis dicapai ketika sebuah perusahaan berhasil memformulasikan dan menerapkan strategi penciptaan nilai. Ketika perusahaan mengimplementasikan suatu strategi yang tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain atau terlalu mahal untuk menirunya, perusahaan ini memiliki keunggulan persaingan bertahan atau dapat bertahan (sustained atau sustainable competitive advantage, selanjutnya disebut sebagai keunggulan persaingan). Setelah perusahaan mendapatkan daya saing strategis dan sukses mengeksploitasi keunggulan persaingannya, suatu perusahaan mampu mencapai tujuan utamanya: mendapatkan laba diatas rata-rata, yaitu kelebihan penghasilan yang diharapkan oleh seorang investor dari investasi.

Mengukur Performa Supply Chain Management

Dikatakan oleh Schroeder bahwa mengukur performa supply chain adalah langkah pertama menuju perbaikan. Sebuah tahapan awal yang perlu ditetapkan dan ditentukan untuk dapat mencapai tujuan perbaikan tersebut. Schroeder mengemukakan bahwa pada umumnya ada lima poin penting yang dapat diukur dalam performa supply chain management, yaitu (Shcroeder, 2007):

1. Pengiriman

Mengacu pada ketepatan waktu pengiriman: persentase pesanan dikirimkan secara lengkap dan tidak melewati pada tanggal yang diminta oleh pelanggan.

2. Kualitas

Ukuran langsung dari kualitas adalah kepuasan pelanggan dan dapat diukur melalui beberapa cara. Salah satunya, dapat diukur terhadap apa yang pelanggan harapkan. Pengukuran ini erat kaitannya dengan loyalitas pelanggan.

3. Waktu

Waktu pengisian total dapat dihitung langsung dari tingkat persediaan. Jika kita mengasumsikan ada tingkat penggunaan konstan dari persediaan, maka waktu dalam persediaan hanya tingkat persediaan dibagi dengan tingkat penggunaan.

4. Fleksibilitas

Fleksibilitas adalah waktu yang dibutuhkan untuk mengubah volume atau bauran produk dengan persentase tertentu atau jumlah.

5. Biaya

Ada dua cara untuk mengukur biaya. Pertama, perusahaan dapat mengukur total biaya pengiriman, termasuk manufaktur, distribusi, biaya persediaan tercatat, dan biaya rekening membawa piutang

2.2.2 Halal Supply Chain Management

Bahrudinllyas & Desa (2011) 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".

(Lunging et al. 2008), "sistem manajemen halal diperlukan dengan kegiatan kontrol dan kegiatan penjaminan dalam proses logistik bisnis." Sedangkan menurut Tieman (2011) berpendapat bahwa fondasi SCM halal ditentukan oleh tiga faktor, yaitu: langsung kontak dengan haram (dilarang), risiko kontaminasi dan persepsi Muslim konsumen. Dalam modelnya, risiko didasarkan pada karakteristik produk, seperti kering versus produk basah dan produk massal. Persepsi didasarkan pada persyaratan, seperti sekolah pemikiran Islam, fatwa lokal dan adat istiadat setempat.

Menurut Aken (1994) membedakan empat bentuk koordinasi, berdasarkan daya pengaruh dan dampak (langsung, tidak langsung). Menghasilkan empat kuadran:

- (1) mengatur koordinasi (dampak dan kekuasaan tidak langsung);
- (2) koordinasi kondisional (dampak dan pengaruh tidak langsung);
- (3) melakukan koordinasi (dampak langsung dan kekuasaan); dan
- (4) mendorong koordinasi (dampak dan pengaruh langsung)

Koordinasi menurut klasifikasi Aken (1994) koordinasi, rantai pasokan halal terbaik dapat diklasifikasikan sebagai "koordinasi regulasi" (dampak dan kekuatan tidak langsung) sebagai logistik halal dan halal dilengkapi dengan standar. Namun, dengan rantai pasokan ada berbagai standar halal yang terlibat. Sedangkan menurut (van Amstel, 2002). "Kekuatan ini tidak langsung melalui tugas dan prosedur standardisasi untuk memastikan koordinasi dan standardisasi output. Untuk rantai pasokan halal, penting bahwa rantai pasokan disesuaikan dengan persyaratan pasar tujuan". Persyaratan minimum ini, sebagai parameter desain logistik, harus dibagi di seluruh rantai pasokan.

Dalam pendekatannya pembelian dan basis pemasok dianalisis berdasarkan dua variabel (van Weele, 2002) , 1. dampak pemasok terhadap hasil keuangan (diukur dalam biaya pembelian kategori produk tertentu atau dampak pada kualitas produk) dan 2 risiko pasokan (diukur berdasarkan kriteria seperti jumlah pemasok potensial, ketersediaan pasokan, struktur kompetitif di pasar pasokan)

Kemudian ada beberapa aspek yang menjadi penting di halal *Halal Supply Chain Management*:

1. Dukungan pemerintah

Dukungan dari pemerintah diperlukan untuk melatih dan mendidik karyawan di perusahaan logistik kecil dan bersaing di pasar global. Selain itu, dukungan pemerintah penting untuk mempromosikan layanan logistik (Peng dan Vellenga, 1993). Karena pasar halal adalah bisnis yang menguntungkan, dan dengan miliaran pelanggan, pemerintah menggelontorkan dukungan untuk membantu dan mempromosikan industri halal, seperti mendirikan otoritas sertifikasi halal, menyediakan insentif untuk bisnis halal, mendanai penelitian tentang studi terkait halal melalui universitas dan lembaga penelitian dan menyelenggarakan pelatihan halal untuk praktisi industri. Sedangkan menurut Golan et al. (2004) “menyatakan bahwa pemerintah harus melindungi konsumen dari makanan yang tidak aman dengan menetapkan peraturan atau undang-undang”.

2. Aset khusus

Aset halal khusus sangat penting dalam rantai pasokan Halal dan pemisahan lengkap sepanjang rantai pasokan akan meningkatkan integritas Halal. Kunci dalam aset khusus adalah pemisahan lengkap antara produk Halal dan non-Halal selama

distribusi, dan aset berbeda dari transportasi, pergudangan, atau peralatan. (Tieman, 2011). “Langkah ini dianggap perlu sebagai pencampuran Halal dan non-Halal bersama selama kegiatan transportasi, non-Halal akan menang

3. Informasi teknologi

Menurut Hammant (1995), "teknologi informasi sangat penting dalam rantai pasokan, karena akan meningkatkan kinerja rantai pasokan, penguat untuk efisiensi rantai pasokan, dan memungkinkan integrasi rantai pasokan yang lebih besar, sehingga menunjukkan kebutuhan untuk berinvestasi dalam teknologi dalam rantai pasokan. Tan et al. (2012b) menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang berhubungan dengan teknologi dan halal terkait berkontribusi secara positif untuk operasi penyedia layanan logistik Halal yang efisien. Selain itu, faktor-faktor terkait pemerintah juga penting dalam mengurangi hambatan adopsi utama dan mempromosikan lebih banyak adopsi teknologi untuk logistik halal.

4. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia berupa suatu hal yang penting karena komponen ini menjadi penggerak semua komponen lainnya dan untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia menurut Seperti yang disebutkan oleh Mondy dan Mondy (2012), pelatihan adalah salah satu fungsi dalam pengembangan sumber daya manusia, dan untuk menghubungkan HRM dan rantai pasokan halal.

5. *Collaborative relationship*

Simatupang dan Sridharan (2002, p. 19) mendefinisikan kolaborasi atau integrasi rantai pasokan sebagai “dua atau lebih perusahaan independen bekerja bersama untuk merencanakan dan melaksanakan operasi rantai pasokan dengan

keberhasilan yang lebih besar dari pada ketika bertindak secara terpisah”. Integrasi dan kolaborasi dianggap sebagai kegiatan utama dalam manajemen rantai pasokan. Kolaborasi rantai pasokan, menurut Barratt (2004), dibagi menjadi dua kategori, yaitu kolaborasi vertikal dan horizontal.

6. Sertifikasi halal

Saat ini, ada sekitar 122 lembaga dan lembaga sertifikasi halal yang terdiri dari pemerintah, organisasi non-pemerintah, masjid lokal atau masyarakat Islam (IHIA, 2011). Sertifikasi halal adalah bukti bahwa produk tersebut mematuhi prosedur pembuatan halal dan memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi oleh Muslim. Sertifikasi halal adalah dalam bentuk logo Halal asli atau sertifikat resmi. Selain itu, logo Halal sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen, baik untuk Muslim dan non-Muslim (Rezai et al., 2012; Aziz dan Chok, 2013 dan Marzuki et al., 2012)

7. Halal traceability

Komisi Eropa (2002) mendefinisikan “sebagai kemampuan untuk melacak dan mengikuti makanan, pakan, hewan atau zat penghasil makanan yang dimaksudkan untuk, atau diharapkan, dimasukkan ke dalam makanan atau pakan, melalui semua tahap produksi, pemrosesan dan distribusi. Bevilacqua et al. (2009) "menunjukkan bahwa ketertelusuran dapat menciptakan nilai kompetitif dengan mengintegrasikan sistem terlacaknya dengan proses manajemen rantai pasokan dan menggunakan data untuk mengelola dan meningkatkan proses bisnis”.

Menurut (Nakyinsige et al., 2012) Produk atau layanan halal tidak hanya menjadi perhatian selama konsumsi akhir tetapi pada setiap aspek, termasuk rantai

pasokan. Produk makanan halal, seperti daging halal, meliputi berbagai elemen, proses dan prosedur, misalnya, asal dan spesies daging, sistem produksi, prosedur penyembelihan dan metode pengolahan semuanya tidak terlihat dan tidak dapat disertifikasi sebelum membeli atau selama titik konsumsi”

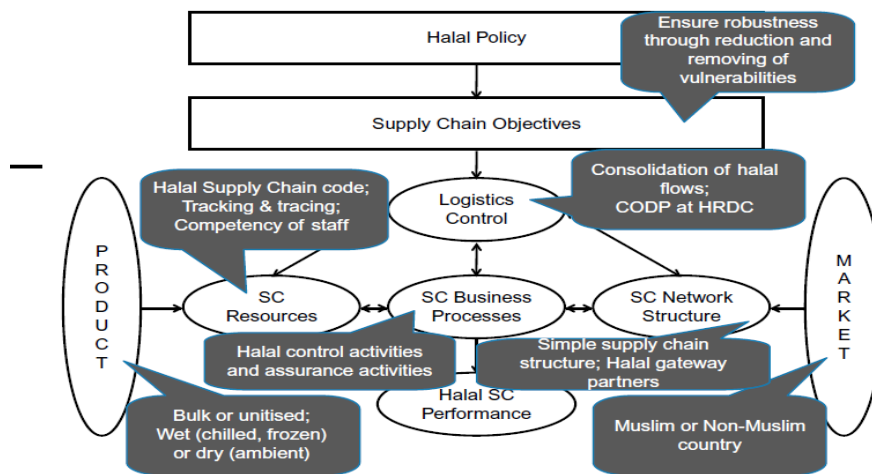
Menurut penelitian Talib, Hamid, dan Zulfakar (2015), kunci sukses untuk implementasi halal supply chain management adalah sebagai berikut:

1. Dukungan pemerintah, berupa komitmen bersama.
2. Aset khusus, misalnya armada khusus selama operasi transportasi dengan prinsip efisiensi namun kualitas tetap terjaga.
3. Teknologi informasi, mengintegrasikan teknologi untuk pertukaran informasi selama proses tracking dan tracing guna pengukuran kinerja operasi dan pengawasan.
4. Sumber daya manusia, memberikan edukasi berupa pelatihan guna lebih memperdalam pemahaman konsep dan terapannya.
5. Hubungan yang kolaboratif secara vertikal dan horizontal, berupa kepercayaan, transparansi, keterbukaan informasi antar pihak dalam rantai pasok guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi bersama.
6. Sertifikasi halal, pembuatan standar dan pedoman halal

Indikator halal supply chain management sebagai berikut :

1. Kualitas proses: Merek Kekuatan / kepercayaan suatu merek
2. Kredibilitas sertifikat halal
3. keluhan terhadap layanan halal : Jumlah pengaduan yang diterima dalam sebulan tentang status halal suatu produk
4. Limbah dalam rantai pasokan halal
5. Sumber daya yang digunakan
6. Efisiensi biaya SCM
7. Pemanfaatan penyimpanan
8. Pemanfaatan transportasi halal / wadah.
9. Penolakan halal : Jumlah penolakan oleh suatu perusahaan dalam rantai pasokan melalui kerusakan, kontaminasi, pembusukan, kebocoran dan pencurian.
10. tersedianya penyimpanan halal : Jumlah tepat waktu halal layanan penyimpanan sebagai persentase dari total layanan penyimpanan halal yang diperlukan.
11. Transportasi halal: Jumlah transportasi halal tepat waktu atau layanan kontainer sebagai persentase dari total transportasi halal yang diperlukan atau layanan kontainer.

Dalam salah satu penelitian terdahulu yang menjelaskan konsep halal *supply chain management* dan berserta dengan gambarnya sehingga ini bisa menjadi patokan untuk konsep *halal supply chain management*.



Gambar 2.2 : halal *Supply Chain Management*

1. Kebijakan halal dan tujuan rantai pasokan

Dengan mengembangkan model rantai pasokan halal, model ini pertama-tama harus memastikan hak niat (Alserhan, 2010a). Karena itu, halal membutuhkan komitmen di manajemen puncak tingkat melalui kebijakan halal (Departemen Standar Malaysia, 2010a, b), yang bertindak sebagai dasar untuk organisasi rantai pasokan. Di antaranya, kebijakan halal adalah: tanggung jawab organisasi dalam melindungi integritas halal bersama rantai pasokan ruang lingkup sertifikasi halal organisasi; jaminan untuk konsumen atau pelanggan (janji) dan metode penjaminan (mekanisme kontrol meliputi aspek-aspek seperti komite halal, petugas kepatuhan halal dan inspeksi). Di barisan dengan model permintaan dan rantai pasokan yang tidak terpisahkan (van Amstel dan van Goor, 2001) dan kerangka kerja untuk pengembangan rantai / jaringan untuk rantai pasokan makanan (van der Vorst dan Beulens, 2002), tujuan rantai pasokan (logistik dan layanan pelanggan) tujuan sedang dirumuskan yang mengarahkan parameter desain (Schnetzler et al., 2007).

2. Kontrol logistic

Kontrol logistik adalah detak jantung dari model rantai suplai halal, yang menyediakan landasan untuk pengambilan keputusan dan manajemen rantai pasokan yang efektif (van Damme, 2000). Menurut van Amstel (2002) mendefinisikan kontrol logistik sebagai organisasi perencanaan dan pengendalian arus barang, dari pengembangan, pembelian, melalui manufaktur dan distribusi ke konsumen akhir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan biaya rendah dan dengan penggunaan modal yang terkontrol. Di antara yang lain, penting elemen dalam kontrol logistik adalah (van der Vorst, 2000), hierarki di tingkat keputusan (Hofmann, 2010), jenis pengambilan keputusan (Manuj dan Sahin, 2011).

3. Sumber daya rantai pasokan

Sumber daya rantai pasokan menggambarkan organisasi dan manajemen informasi. Untuk sebuah organisasi bersertifikat halal diperlukan komite halal (Departemen Standar Malaysia, 2005, 2010a, b, c; Pelabuhan Rotterdam, 2007). Komite halal bertanggung jawab untuk kepatuhan manajemen dan praktik sesuai dengan standar halal. Komite halal ini lebih disukai memiliki petugas kepatuhan halal yang bertindak sebagai auditor internal, namun ini juga bisa diserahkan kepada pihak independent (bukan perusahaan sertifikasi halal).

4. Struktur jaringan rantai pasokan

Struktur jaringan rantai pasokan adalah jaringan yang terhubung dan saling tergantung organisasi saling bekerja sama dan kooperatif untuk mengelola,

mengendalikan dan meningkatkan aliran materi dan informasi (Aitken, 1998). Rantai pasokan makanan halal rentan (Bonne dan Verbeke, 2008; Zailani et al., 2010) dan rantai pasokan konfigurasi dapat menjadi sumber risiko (Olson dan Wu, 2010), risiko terkait mitra sebagai serta proses organisasi internal dalam penilaian risiko dan respons. Untuk integritas rantai pasokan halal oleh karena itu sangat penting bagi para pihak dalam pasokan halal rantai bersertifikat halal (lebih disukai) atau memahami dan mematuhi persyaratan rantai pasokan halal.

5. Proses bisnis rantai pasokan

Rantai pasokan makanan halal, untuk itu peran dalam mendefinisikan dan mengelola struktur jaringan rantai pasokan hulu melalui strategi komoditas (strategi pembelian); menentukan spesifikasi, pemilihan pemasok dan integrasi (pembelian taktis); dan memesan, mempercepat dan mengevaluasi pemasok (fungsi pesanan) (van Weele, 2002; Kraljic, 1983; Wagner dan Johnson, 2004). Seperti yang dikemukakan oleh Cousins et al. (2008) peran mekanisme sosialisasi, sarana oleh dimana keterlibatan pembeli-pemasok menghargai nilai-nilai halal, sangat penting karena sepenuhnya memediasi pengaruh ukuran kinerja pemasok terhadap kinerja rantai pasokan.

6. Halal supply chain performance

Pertama untuk mengukur kinerja rantai pasokan halal, yang terpenting adalah untuk mengukur perspektif efektivitas rantai pasokan. Ini akan membahas dua kunci aspek, yaitu kualitas proses (Andersen, 1994; Bonne dan Verbeke, 2008) dan limbah (Abdul-Matin, 2010). Kualitas proses menunjukkan kekuatan /

kepercayaan suatu merek kredibilitas sertifikat halal dan keluhan konsumen yang diterima mengenai status halal suatu produk. Sampah mengatasi limbah fisik dalam rantai pasokan, karbon dan sumber daya yang digunakan. Kedua, rantai pasokan halal juga harus efisien untuk menghindari eskalasi harga makanan halal. Ini akan mempengaruhi khususnya konsumen Muslim yang tinggal di negara-negara non-Muslim, yang akan menciptakan kesulitan untuk mereka (Laldin, 2006).

Ketiga, rantai pasokan halal harus kuat dengan desain untuk melindungi lebih baik produk halal di sepanjang rantai pasokan dalam keadaan yang berbeda (Tieman, 2011) Kekokohnya dari rantai pasokan halal pertama-tama harus menghasilkan sedikit penolakan halal. Kedua, halal rantai pasokan harus memiliki akses yang memadai ke gudang halal dan halal khusus transportasi / kontainer bila diperlukan.

2.2.3 Konsep Halal

Dalam ensiklopedia hukum islam, halal memiliki arti segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya, atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara'. Sedangkan DEPAG RI (Departemen Agama Republik Indonesia) mendefinisikan halal sebagai sesuatu yang boleh menurut ajaran islam (Departemen Agama RI, 2003). Halal adalah kata Arab yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu yang sah, sah dan legal. Semua Muslim diwajibkan untuk memastikan bahwa setiap aspek dalam kehidupan harus halal, terlepas dari aliran pemikiran Islam mereka. Prinsip-prinsip halal umumnya berkaitan dengan konsumsi makanan. Namun, itu menembus di luar persyaratan

makanan dan tertanam dalam rutinitas dan perilaku sehari-hari seorang Muslim, seperti perilaku, ucapan, interaksi sosial, etiket, gerakan dan pakaian, untuk memastikan hidup dijalani dalam batas-batas hukum Syariah.

Kebalikan dari halal adalah haram, yang berarti dilarang, ilegal, tabu, melanggar hukum, dilarang dan dilarang. Antara halal dan haram, ada istilah yang disebut syubhan, yang biasanya digunakan untuk menunjukkan sesuatu yang dipertanyakan atau diragukan, baik karena perbedaan pendapat para ulama atau adanya unsur-unsur yang merusak (Riaz dan Chaudry, 2004).

Halal merupakan sebuah istilah dalam Al Qur'an yang berarti diijinkan, diperbolehkan, sah atau legal. Sedangkan Haram merupakan lawan kata Halal yang berarti terlarang, tidak sah atau ilegal. Berdasarkan Syari'ah, semua pembahasan mengenai halal dan haram beserta semua perselisihan diantara keduanya harus dirujuk kepada Al-Qur'an dan sunnah (Hadist) (Miskam, Othman, & Hamid, 2015). Setiap kali aktifitas perekonomian lebih banyak halalnya dan lebih jauh dari subhat merupakan hal yang lebih utama dan bagus, seperti dijelaskan dalam hadist Nabawi sebagai berikut (H. Asmuni Solihan Zamakhsyari 2006);

1. Sabda Nabi Shallallahu Alaihi wa Sallam, yang artinya “tidaklah seseorang memakan apapun yang lebih baik dari pada dia memakan dari hasil pekerjaan tanganya; dan sesungguhnya Nabiyullah Dawud makan dari hasil pekerjaan tanganya.”

2. Hadist yang diriwayatkan Rafi' bin Khudaij, ia berkata, “Rashulullah Sallallahu Alaihi Wa Sallam ditanya, Apakah Pekerjaan yang paling bagus, atau

paling utama? Beliau menjawab, pekerjaan seseorang dengan tanganya, dan setiap dagang yang bagus.”

3. Hadist yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari, Muslim, Abu Daud, Ibnu Majah dan Darimi, yaitu: Sesuatu yang halal adalah jelas, dan sesuatu yang haram adalah jelas. Dan diantara keduanya adalah sebuah bagian dengan keraguraguan yang banyak orang tidak mengetahuinya. Jadi siapa yang menjauhkan diri dari hal tersebut, ia telah membebaskan dirinya (dari kesalahan). Dan siapa yang jatuh ke dalamnya, ia masuk pada posisi haram. (Omar & dkk).

Kemudian halal di lihat dari sektor industri, halal dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan, objek atau perilaku dimana individu memiliki kebebasan pilihan dan dalam pelaksanaannya tidak disertai pahala maupun dosa atau konsekuensi tertentu. Halal mungkin telah diidentifikasi oleh bukti eksplisit dalam syariat atau dengan mengacu pada praduga pembolehan (ibahah) (Kamali, 2013).

Berdasarkan beberapa penjeleasan tersebut dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa halal merupakan suatu tindakan, objek atau perilaku yang diijinkan, diperbolehkan, secara sah atau legal menurut ajaran Islam baik berhubungan dengan ibadah, muamalah maupun mu'asharah dan sedangkan menurut (van Amstel dan van Goor, 2001) “tanggung jawab organisasi dalam melindungi integritas halal di sepanjang rantai pasokan; ruang lingkup sertifikasi halal dari organisasi jaminan kepada konsumen atau pelanggan (janji) dan metode jaminan (mekanisme kontrol yang mencakup aspek-aspek seperti komite halal, petugas kepatuhan halal dan inspeksi).

Produsen wajib bertindak secara bertanggung jawab untuk mempertahankan status halal dari produk sesuai dengan persyaratan halal (Hussain, Mehad, Ab Ghani & Mohammad, 2012). Ada permintaan yang kuat untuk halal produk di negara-negara non-muslim untuk kedua kelompok orang (muslim dan non-muslim). Produk halal yang semakin populer di kalangan konsumen non-muslim karena kekhawatiran perawatan hewan manusia dan persepsi bahwa produk halal yang sehat dan aman (Kanada Agri-makanan Layanan Laporan Perdagangan, 2008; Golnaz, Zainal Abidin, Mad Nasir & Chew, 2010).

2.2.4 Supply Chain Managemen Halal Produk Kosmetik

Setiap produk yang boleh dikonsumsi sesuai dengan pandangan islam atau syariah, seperti daging merah, daging unggas, makanan mentah, kosmetik, obatobatan, perhotelan, asuransi, keuangan, perbankan, pariwisata, rantai pasokan dan banyak lagi (Norafni Farlina Rahim, 2013).

Pada tataran makanan halal, tieman berpendapat mengenai standart halal terbaru untuk regulasi produksi makanan, persiapan, pemindahan, dan penyimpanan ke dalam beberapa tingkatan akan tetapi tidak menjamin kualitas halal dari produk pada tingkat konsumsi (Tieman M., 2006). Dia menekankan bahwa logistik halal memiliki peranan penting pada integrasi halal rantai pasok dari hulu ke hilir (Tieman M, Effective Halal supply chains, 2007). Sebaliknya, karena kurangnya pengetahuan konsumen mengenai kontaminasi silang di semua bagian rantai pasokan (Bonne & Verbeke, 2008) dan berdasarkan rantai pasokan arab, untuk pemeliharaan integrasi makanan halal, sebuah rantai pasok halal dibutuhkan

dan untuk menjaga integrasinya, kebijakan halal perlu diaplikasikan pada rantai pasok (Mohammadian & Hajipour, 2015).

Sebuah definisi lengkap dari kebijakan rantai pasok halal dijelaskan sebagai berikut: “kemampuan organisasi melindungi integrasi halal pada supply chain; cakupan sertifikasi halal; level konsumen atau jaminan konsumen (perjanjian); dan metode assurance (mekanisme kontrol; aspek luar seperti badan pengawas halal, petugas inspeksi dan penilaian halal)”

Pada cakupan rantai pasok kosmetik, terdapat batasan pembelajaran khususnya di arena halal. Kebutuhan dasar untuk produk kosmetik halal, berdasarkan pada hukum islam (syariah), harus dipenuhi oleh industri kosmetik halal pada semua tahapan rantai pasok kosmetik termasuk penerimaan, persiapan, proses, penyimpanan, dan pengemasan, pelabelan, kontrol, pemindahan, pengangkutan dan distribusi. Berdasarkan sudut pandang orang islam, produk yang higienis dan bersih memilih supply chain yang terintegrasi. Selain itu, konsep dari manajemen yang efektif pada produksi produk kosmetik halal membutuhkan tiga aktivitas pendukung termasuk perencanaan kualitas Quality Assurance dan kontrol kualitas dan pengembangan.

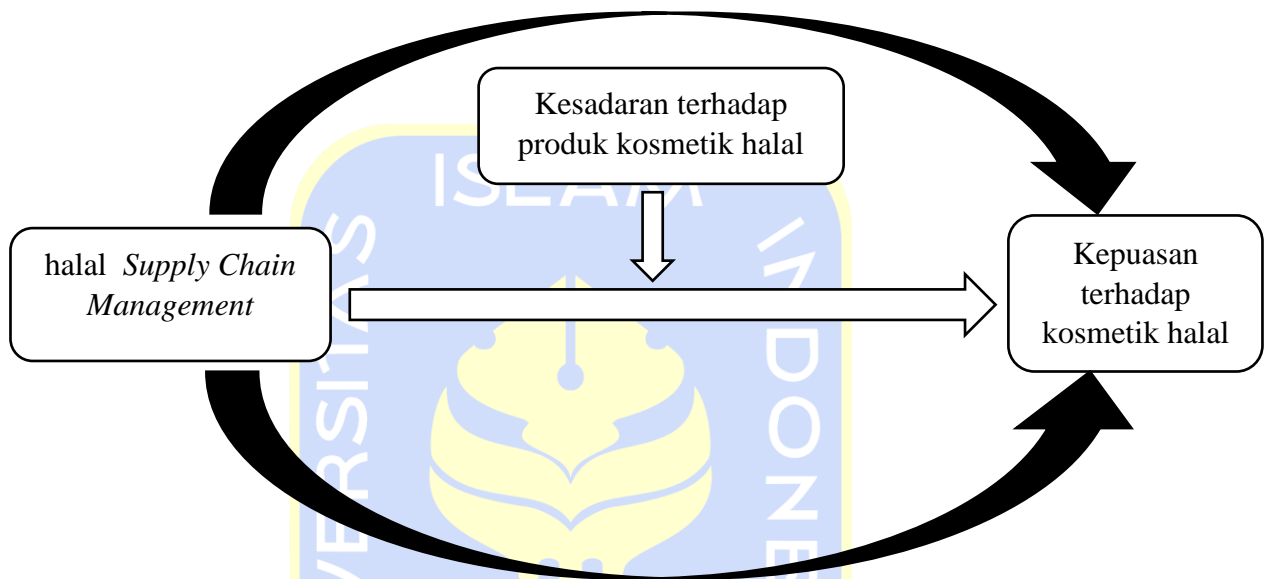
Pengembangan integrasi halal yang sempurna melewati sebuah sistem supply chain terintegrasi dengan daftar komponen halal positif, pengadaan, sertifikasi, prosedur manufaktur atau produksi dan sistem pelacakan dari rantai pasok yang disebut HALQ, penyatuan GMP, HACCP, Halal, dan Toyyiban.

Wilson (2012, 2014) menyatakan bahwa pasar halal berkembang dengan cepat, dan istilah "halal" adalah semakin dikaitkan dengan beragam produk dan layanan di sejumlah sektor industri, seperti bidang perawatan pribadi. Setiap produk yang dikonsumsi secara internal atau eksternal oleh Muslim jatuh di bawah lingkup halal (Hanzaee dan Ramezani, 2011), termasuk kosmetik dan produk perawatan pribadi (Talib and Johan, 2012; Borzooei dan Asgari, 2014). Pasar pertumbuhan untuk kosmetik halal sedang meningkat (Rajagopal et al., 2011) dengan proyeksi pertumbuhan masa depan (Hasyim dan Musa, 2014), khususnya di antara konsumen Muslim yang lebih makmur (Rajagopal et al., 2011; Hashim dan Musa, 2014).



2.3 Kerangka pemikiran

Kerangka penelitian ini menjelaskan halal *Supply Chain Management* yang di mana mewujudkan tingkat kepuasan produk kosmetik halal dengan variabel kontrolnya terhadap kesadaran mahsiswi Yogyakarta :



Gambar 2.3 : Kerangka penelitian

2.4 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.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini merupakan studi pada mahasiswi di Yogyakarta.

3.2 Definisi operasional variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah analisis 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”.

3.2.1 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. Apatis, 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,

3.2.2 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).

Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku Total Quality Management ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono, 2003:104):

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (Customer Centered) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghot shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

c. Lost customer analysis

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei kepuasan pelanggan

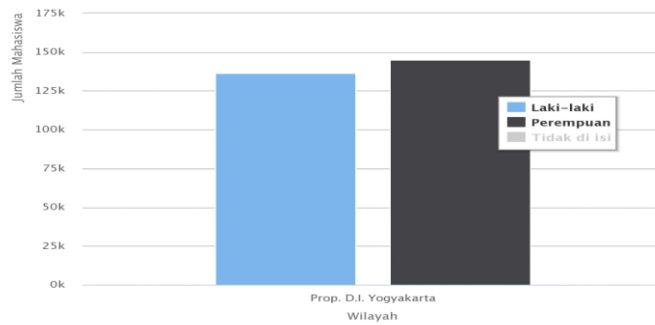
Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

3.3 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. Dan populasi juga hanya sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang di pelajari, tetapi meliputi sifat/karakteristik yang meliputi subjek atau objek itu. Dilihat dari jumlahnya maka Suharsmi Arikunto (2006:130) membedakan menjadi 2 bagian yaitu:

1. Jumlah terhingga (terdiri dari elemen dengan jumlah tertentu)
2. Jumlah tak hingga (terdiri dari elemen yang sukar sekali di cari batasannya)

Dalam penelitian ini, berdasarkan penggolangan populasi di atas maka termasuk populasi yang jumlah terhingga yaitu terdiri dari elemen dengan jumlah tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah pada mahasiswa di Yogyakarta.



Gambar 3.2 Diagram mahasiswa/I di Yogyakarta

Tabel 3.1 data perempuan dan laki-laki

Perempuan	145,139K
Laki-laki	136,648K

Sumber: forlap.ristekdikti.go.id

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 mahasiswa Yogyakarta terhadap kosmetik halal.

Menurut slovin untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan rumus:

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

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

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

$$n = 99.3157$$

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

3.4 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 entang 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 reponden 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.

3.5 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang di lakukan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang langsung di dibagikan pada mahasiswi yogjakarta. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara memberikann seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini responden hanya menjawab dengan cara memberikan tanda tertentu pada alternative jawaban yang di sediakan.

Bagian pertama kuesioner, responden mengisi identitas diri yang terdiri dari nama, jenis kelamin, Pendidikan responden, umur responden, penggunaan kosmetik, dan pengetahuan tentang kosmetik halal. Kemudian, responden mengisi pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan menyangkut variabel halal *supply chain management*, produk kosmetik halal, tingkat kesadaran

dan kepuasan terhadap produk kosmetik halal. Kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian dikumpulkan kepada peneliti.

3.6 Pengujian instrumen

3.6.1 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. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Tipe validitas yang di gunakan adalah validitas kontruk 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.

3.6.2 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. Ghozali (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.

3.7 Metode analisis data

Analisis kuantitatif dalam suatu penelitian dapat didekati dari dua sudut pendekatan, yaitu analisis kuantitatif secara deskriptif, dan analisis kuantitatif secara inferensial. Masing-masing pendekatan ini melibatkan pemakaian dua jenis statistik yang berbeda. Yang pertama menggunakan statistik deskriptif dan yang kedua menggunakan stastistik inferensial. Kedua jenis statistik ini memiliki karakteristik yang berbeda, baik dalam hal teknik analisis maupun tujuan yang akan dihasilkannya dari analisisnya itu (lihat Sudijono:1987:4)

3.7.1 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).

Fungsi statistik deskriptif antara lain mengklasifikasikan suatu data variabel berdasarkan kelompoknya masing-masing dari semula belum teratur dan mudah diinterpretasikan maksudnya oleh orang yang membutuhkan informasi tentang keadaan variabel tersebut. Selain itu statistik deskriptif juga berfungsi menyajikan informasi sedemikian rupa, sehingga data yang dihasilkan dari penelitian dapat dimanfaatkan oleh orang lain yang membutuhkan.

3.7.2 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

3.8 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:

3.8.1 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. Maka Data dalam penelitian ini menggunakan asumsi Apabila uji normalitas menunjukkan bahwa yang digunakan dalam penelitian ini cenderung

tidak normal maka dapat digunakan asumsi Central Limit Theorem yaitu jika jumlah observasi cukup besar ($n > 30$), maka asumsi normalitas dapat diabaikan (Gujarati,2003).

3.8.2 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. Nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah $Tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$. Apabila hasil analisis menunjukkan nilai VIF di bawah nilai 10 dan tolerance value di atas 0,10 berarti tidak terjadi multikolinieritas sehingga model tersebut reliabel sebagai dasar analisis (Ghozali, 2011).

3.8.3 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). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan Run test. Run test dilakukan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi,

maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Run test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis).

H₀: residual (res_1) random (acak)

H_A: residual (res_1) tidak random

3.8.4 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). Dasar pengambilan keputusan adalah.

- Jika ada pola tertentu titik-titik yang akan membentuk sesuatu pola teratur atau bergelombang melebar kemudian menyempit maka telah terjadi Heterokedastisitas
- Jika tidak ada pola tertentu yang jelas, serta titik-titik penyebaran ke atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi Heterokedastisitas.

3.9 Pengujian hipotesis

Metode pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian adalah uji t (persial). Uji t untuk menguji signifikan secara persial pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis maka *p* value dari masing-masing koefisien regresi diperbandingkan dengan tingkat signifikan 0,05 untuk penarikan kesimpulan sebagai berikut:

Apabila $p\text{-value} > 0,05$, maka H_0 diterima

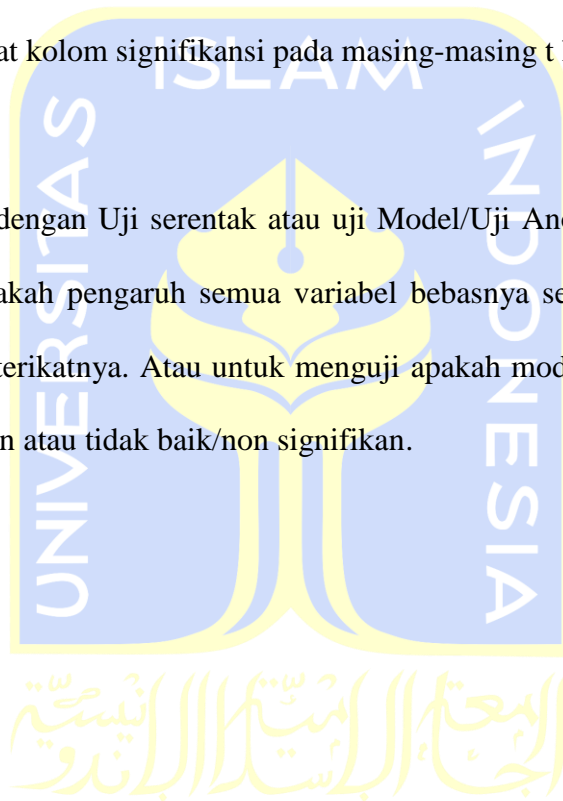
Apabila $p\text{-value} < 0,05$ maka H_0 ditolak

3.9.1 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

3.9.2 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.



BAB IV

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.

4.1 Uji instrumen penelitian

4.1.1 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 kreteria yang digunakan dalam menemukan valid tidaknya pernyataan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tingka 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 di r_{hitung} lebih besar dar r_{tabel} dan nilai r positif, maka terbukti pernyataan dikatakan valid. Dari

tabel di atas bahwa indikator dapat digunakan untuk mengukur-mengukur variabel yang di gunakan dalam penelitian ini mempunyai korelasi yang lebih besar dari $r_{tabel} = 0.121$.

4.1.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui mengetahui tingkat kosisten jawab kuesioner, sehingga menunjukkan keadilan 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 tujnjukan 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.

4.2 Analisis deskripsi

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

4.2.1 Karakteristik responden

a. Jenis kelamin dan produk kosmetik halal

Hasil analisis data ini diperoleh persentasi responden seperti ditunjukkan 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 menunjukan 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.

b. 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.

c. 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.

4.2.2 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 mahasiswi 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:

a. 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 mahasiswa Yogyakarta telah memberikan nilai sangat setuju dalam variabel halal *supply chain management* pada interval 4.20 – 5.00 . karena mahasiswa menggunakan produk kosmetik halal.

a. Variabel tingkat kesadaran mahasiswa Yogyakarta (X2)

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

Tabel 4.7 Variabel tingkat kesadaran mahasiswa 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 halal <i>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 mahasiswa Yogyakarta adalah sebesar 4.00 sedangkan penilaian tertinggi terjadi item pengguna produk kosmetik halal dengan rata-rata 4.03 (setuju). Hal ini berarti mahasiswa Yogyakarta telah memberikan nilai setuju dalam variabel tingkat kesadaran mahasiswa Yogyakarta pada interval 3.40 – 4.19. Karena mahasiswa Yogyakarta sadar terhadap produk kosmetik halal dan memahami produk kosmetik yang digunakan.

a. Variabel kepuasan mahasiswa Yogyakarta (Y1)

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

Tabel 4.8 Variabel kepuasan mahasiswa 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 mahasiswi Yogyakarta sadar dan puas terhadap produk kosmetik halal dan memahami produk kosmetik yang digunakan.

4.3 Analisis kuantitatif

1. 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:

$$Y = 0.252X1 + 0.542X2$$

2. 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.

a. Uji normalitas

Berikut pengujian normalitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

		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.

b. 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

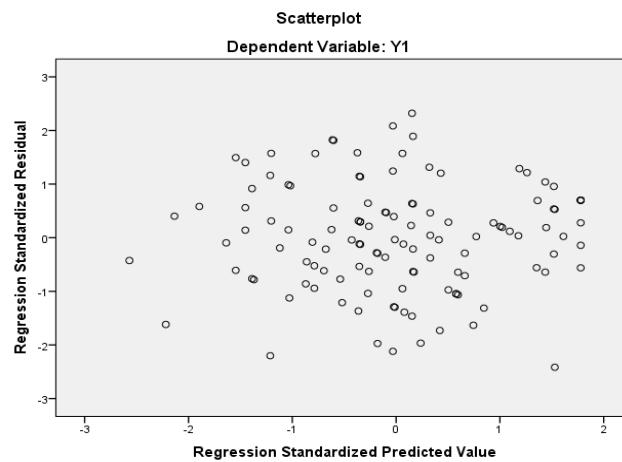
Var. Bebas	VIF	Keterangan
X1	1.404	Tidak multikolonieritas
X2	1.404	Tidak multikolonieritas

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.

c. Uji heteroskedastisitas

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



Gambar : 4.1 Hetereskedastisitas

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

d. Uji Autokorelasi

Analisis asumsi klasi 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 menunjukan 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..

4.4 Uji hipotesis

a. 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*

b. 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 $0.000 < 0.05$.

4.5 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 Bahrudin Ilyas & 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

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 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.

5.2 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

- B POM RI. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.42.1018 tentang Bahan Kosmetik. Jakarta: B POM 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:

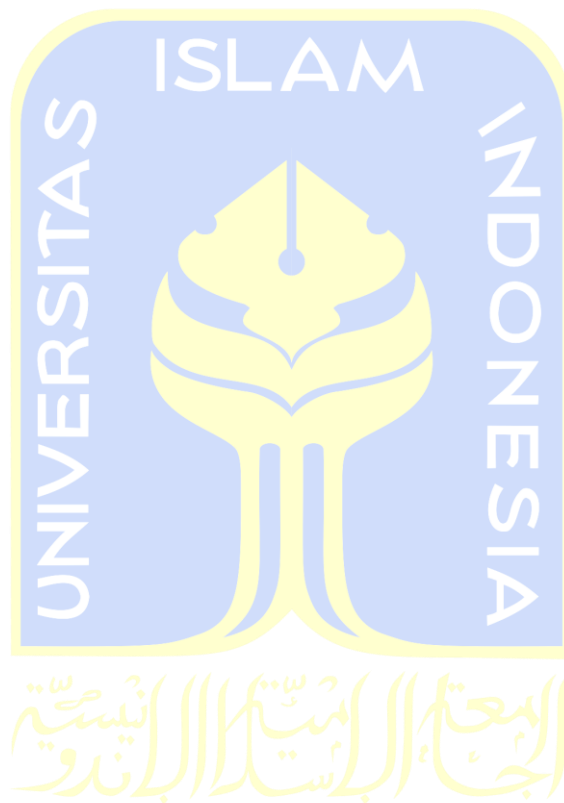
www.ihialliance.org/hiab.php

- 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, september 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



LAMPIRAN

Data responden

Pertama-tama saya ucapkan terima kasih atas partisipasi anda sebagai responden dalam penelitian ini. Kuesioner ini dirancang untuk menguji Analisis halal *Supply Chain Management*, Produk Kosmetik Halal terhadap Tingkat Kesadaran dan kepuasan mahasiswi Yogyakarta. Mohon isi identitas responden ini dengan kondisi responden yang sebenarnya dan berilah tanda (√).

1. Nama :
2. Usia responden : a. < 20 c. 25-30
b. 20-25 d. >30
3. Pendidikan :
4. Apakah anda menggunakan produk kosmetik halal : • Ya • Tidak

JUMLAH : 121

Isilah menggunakan tanda (√) pada jawaban anda anggap paling cocok (satu jawaban saja)

Keterangan

6. Jawaban SS (sangat setuju)
7. Jawaban S (setuju)
8. Jawaban N (netral)
9. Jawaban TS (tidak setuju)
10. Jawaban STS (sangan tidak setuju)

11. Berikutnya pertanyaan yang akan diajukan:

12. Halal supply chain management

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Perusahaan / produk kosmetik terdaftar dalam LPOM MUI					
2.	Perusahaan / produk kosmetik saya selalu menggunakan bahan-bahan halal					
3.	Perusahaan / produk kosmetik memiliki pemasok sertifikat halal					
4.	Perusahaan / produk kosmetik dari hilir ke hulu harus sesuai dengan Halal <i>supply chain management</i> atau rantai pasokan halal.					
5.	Perusahaan / produk kosmetik halal mengutamakan kualitas bahan nya untuk menjaga kualitas produknya					
6.	Proses Halal <i>supply chain management</i> mempengaruhi produk kosmetik halal					
7.	Produk kosmetik halal jauh lebih aman dibandingkan dengan tidak memiliki label halal					
8.	Produk kosmetik halal membuat saya sadar dan puas					
9.	Perusahaan / produk kosmetik halal senantiasa memfasilitasi pelanggan membutuhkan bantuan atau mengadu komplain.					
10.	Perusahaan / produk kosmetik halal selalu menjaga kepercayaan konsumennya.					

11.	Perusahaan / produk kosmetik halal selalu menjaga kualitas produknya.					
-----	-----------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

Tingkat Kesadaran Mahasiswi Yogyakarta

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menggunakan produk kosmetik halal bersertifikat halal					
2.	Saya menggunakan produk kosmetik halal berlogo halal					
3.	Produk kosmetik halal Memberikan efek positif bagi saya					
4.	Saya menggunakan kosmetik halal karena mengetahui halal <i>supply chain management</i> / rantai pasokan halal					
5.	Saya selalu memperhatikan kemasan kosmetik halal					

Kepuasan terhadap produk kosmetik halal

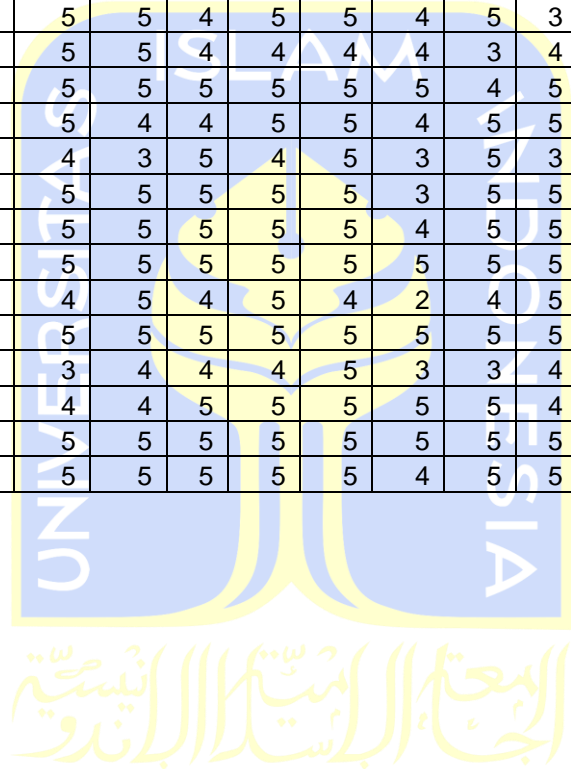
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk kosmetik halal mempengaruhi kepuasan saya					
2.	Tidak ada efek samping menggunakan kosmetik halal					
3.	Memiliki logo halal di kemasan membuat saya puas terhadap produk kosmetik halal					
4.	Menawarkan beranekaragam produk kosmetik halal					
5.	Memiliki kandungan yang sesuai dengan keterangan di kemasan					
6.	Saya puas karena saya sadar terhadap produk-produk kosmetik halal					

X1	x12	x13	x14	x15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X2	x22	x23	x24	x25	Y1	y2	y3	y4	y5	y6
4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	5	3
4	3	3	4	2	5	2	3	3	3	4	4	4	3	2	2	2	1	2	3	4	3
4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
5	4	5	5	5	3	4	4	3	5	5	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4
4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
4	2	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	5
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
5	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	2	3	5	3	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	5	3	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3
5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	3	5	3	3	5	3
3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	3	3	5	3	3	4
5	5	3	4	5	3	3	4	4	5	5	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	4
2	1	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	2	2	5	4	4	5
5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	2	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	5	4	4	4
5	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	2	4	3	4	5	4	4	5
5	4	4	5	5	2	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	2	2	5	5	5	5	4	4	4	4	2	4	5	2	5	4	5	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	3	4	3	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5	4	3	5
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	2	3	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
5	2	2	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	2	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	3	3	3	4	2	4	4	2	2	2	2	2	5	4	4	4
3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	4

3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4
4	4	4	4	5	3	1	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	5	4	3	5	4	3
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
3	3	3	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	5	3	4	3	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	5	4	2	5	5	5	4
3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5
4	3	5	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
5	2	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	2	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	3	3	3	5	5	4	5	5	4	5	3	3	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	5	4	5	3	5	3	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	2	4	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5



SCM HALAL (X1)	TINGKAT KESADARAN (X2)	KEPUASAN KONSUMEN (Y1)
34	15	20
33	15	15
39	17	22
47	20	20
41	19	20
44	20	21
38	18	19
43	21	23
49	21	25
36	17	22
47	19	21
46	18	20
36	17	21
38	16	19
37	17	19
46	20	21
50	18	19
45	23	23
40	17	21
43	19	22
42	18	21
35	13	17
50	15	22
42	20	19
40	15	20
44	19	21
42	16	16



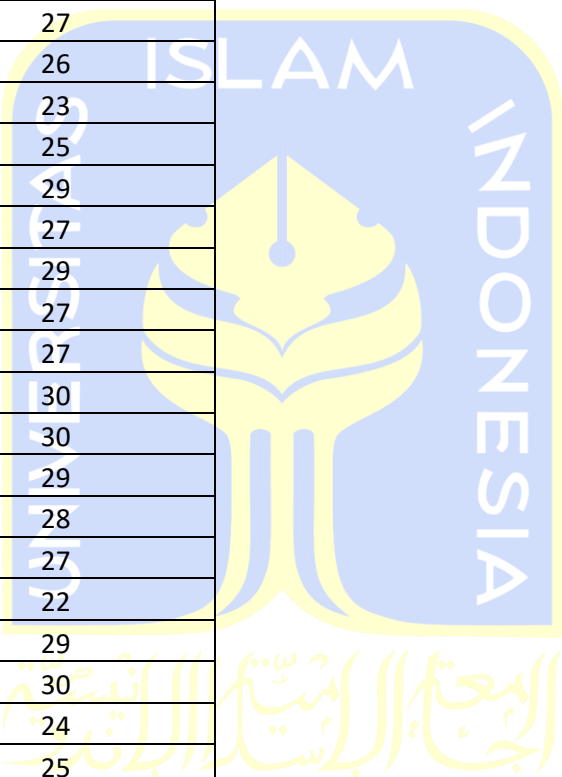
50	21	22
36	20	22
43	22	21
45	20	24
41	24	26
40	20	24
43	19	23
43	21	26
44	17	20
40	18	21
45	21	24
42	16	24
40	20	23
48	21	23
43	15	19
40	20	26
46	21	25
43	21	24
41	18	26
42	21	21
50	18	27
46	19	23
48	21	23
48	19	22
45	21	25
41	17	22
40	23	28
39	20	23
45	19	23



42	23	23
40	14	21
46	18	24
44	24	27
47	25	22
44	19	25
46	20	26
49	17	27
40	19	24
43	20	25
44	22	23
35	19	24
44	20	24
45	21	26
42	20	23
43	15	23
40	20	24
39	17	25
50	25	27
49	23	27
44	17	21
49	21	24
46	19	25
47	17	21
38	16	24
41	20	24
36	17	24
43	17	20
40	22	23



48	24	26
50	18	29
41	17	24
48	20	28
46	20	30
40	19	27
49	24	26
46	17	23
47	19	25
43	21	29
43	24	27
47	25	29
50	22	27
43	18	27
50	25	30
50	25	30
50	24	29
48	25	28
50	24	27
41	20	22
50	25	29
50	25	30
42	23	24
49	19	25
50	24	30
48	23	27
44	22	26
50	23	30
46	24	30



45	25	29
48	19	28
50	25	28
43	19	26
46	25	28
50	25	30
49	24	30

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HALAL SCM	44,15	33,328	,589	,804
KESADARAN	68,17	44,989	,680	,690
KEPUASAN	64,08	40,543	,678	,668

		X1	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20
X1	Pearson Correlation	1	,435**	,420**	,457**	,229*	,285**	,242**	,284**	,160	,255**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,011	,002	,007	,002	,080	,005
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
X12	Pearson Correlation	,435**	1	,726**	,370**	,225*	,116	-,020	,077	,114	,280**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,013	,207	,830	,401	,214	,002

	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,420**	,726**	1	,475**	,268**	,179*	,197*	,201*	,170	,341**	
X13	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,003	,050	,030	,027	,063	,000	
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,457**	,370**	,475**	1	,478**	,272**	,377**	,401**	,249**	,316**	
X14	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,003	,000	,000	,006	,000	
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,229*	,225*	,268**	,478**	1	,109	,311**	,397**	,318**	,458**	
X15	Sig. (2-tailed)	,011	,013	,003	,000		,236	,001	,000	,000	,000	
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,285**	,116	,179*	,272**	,109	1	,301**	,279**	,237**	,119	
X16	Sig. (2-tailed)	,002	,207	,050	,003	,236		,001	,002	,009	,192	
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,242**	-,020	,197*	,377**	,311**	,301**	1	,600**	,398**	,302**	
X17	Sig. (2-tailed)	,007	,830	,030	,000	,001	,001		,000	,000	,001	
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,284**	,077	,201*	,401**	,397**	,279**	,600**	1	,487**	,517**	
X18	Sig. (2-tailed)	,002	,401	,027	,000	,000	,002	,000		,000	,000	
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,160	,114	,170	,249**	,318**	,237**	,398**	,487**	1	,558**	
X19	Sig. (2-tailed)	,080	,214	,063	,006	,000	,009	,000	,000		,000	
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,255**	,280**	,341**	,316**	,458**	,119	,302**	,517**	,558**	1	
X20	Sig. (2-tailed)	,005	,002	,000	,000	,000	,192	,001	,000	,000		
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,216*	,208*	,230*	,316**	,402**	,166	,346**	,551**	,508**	,771**	
X21	Sig. (2-tailed)	,017	,022	,011	,000	,000	,069	,000	,000	,000	,000	
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121

X2	Pearson Correlation	,270**	,172	,314**	,262**	,196*	,160	,267**	,389**	,240**	,247**
	Sig. (2-tailed)	,003	,059	,000	,004	,031	,079	,003	,000	,008	,006
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
X22	Pearson Correlation	,299**	,109	,272**	,187*	,230*	,179*	,200*	,312**	,221*	,245**
	Sig. (2-tailed)	,001	,236	,003	,040	,011	,050	,028	,000	,015	,007
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
X23	Pearson Correlation	,191*	,091	,204*	,403**	,443**	,296**	,517**	,622**	,415**	,478**
	Sig. (2-tailed)	,036	,320	,025	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
X24	Pearson Correlation	,106	,132	,188*	,209*	,215*	,137	,270**	,285**	,453**	,312**
	Sig. (2-tailed)	,249	,149	,039	,022	,018	,135	,003	,002	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
X25	Pearson Correlation	,172	,034	,096	,112	,306**	,078	,320**	,382**	,249**	,289**
	Sig. (2-tailed)	,059	,708	,297	,223	,001	,398	,000	,000	,006	,001
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
Y1	Pearson Correlation	,243**	,235**	,212*	,301**	,287**	,131	,329**	,390**	,352**	,300**
	Sig. (2-tailed)	,007	,010	,020	,001	,001	,154	,000	,000	,000	,001
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
Y2	Pearson Correlation	,045	,203*	,214*	,208*	,242**	,066	,102	,157	,233**	,241**
	Sig. (2-tailed)	,628	,025	,018	,022	,007	,474	,267	,085	,010	,008
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
Y3	Pearson Correlation	,119	,039	,187*	,159	,297**	,190*	,419**	,457**	,294**	,380**
	Sig. (2-tailed)	,193	,667	,040	,081	,001	,037	,000	,000	,001	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
Y4	Pearson Correlation	,174	,147	,269**	,270**	,360**	,281**	,255**	,353**	,398**	,337**
	Sig. (2-tailed)	,056	,108	,003	,003	,000	,002	,005	,000	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
Y5	Pearson Correlation	,199*	,259**	,305**	,216*	,315**	,194*	,098	,260**	,411**	,354**

	Sig. (2-tailed)	,029	,004	,001	,017	,000	,033	,284	,004	,000	,000
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
	Pearson Correlation	,131	,084	,164	,254**	,388**	,126	,363**	,449**	,248**	,292**
Y6	Sig. (2-tailed)	,152	,360	,072	,005	,000	,168	,000	,000	,006	,001
	N	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121

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

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

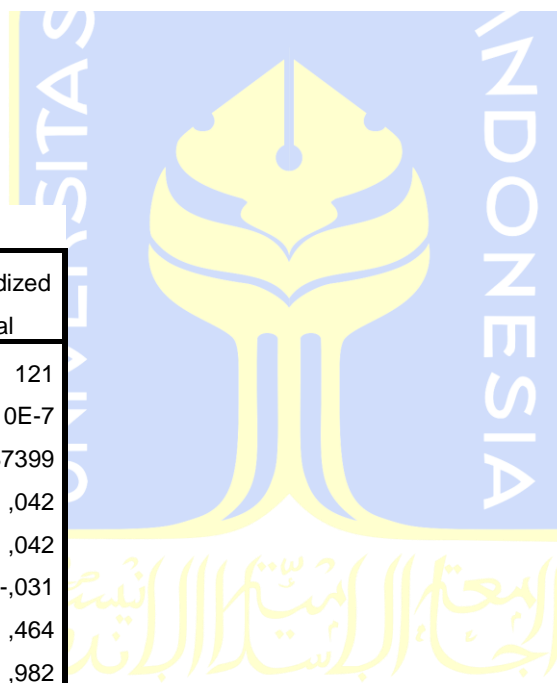
UJI ASUMSI KLASIK

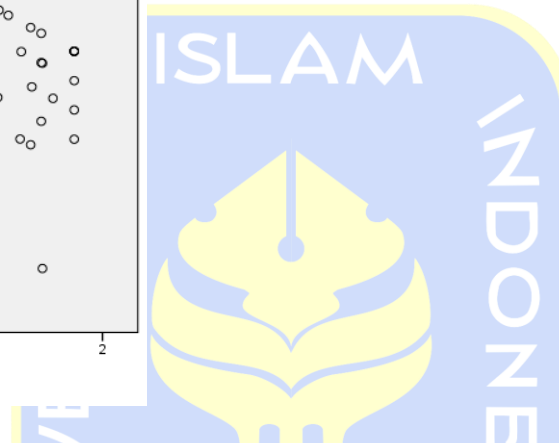
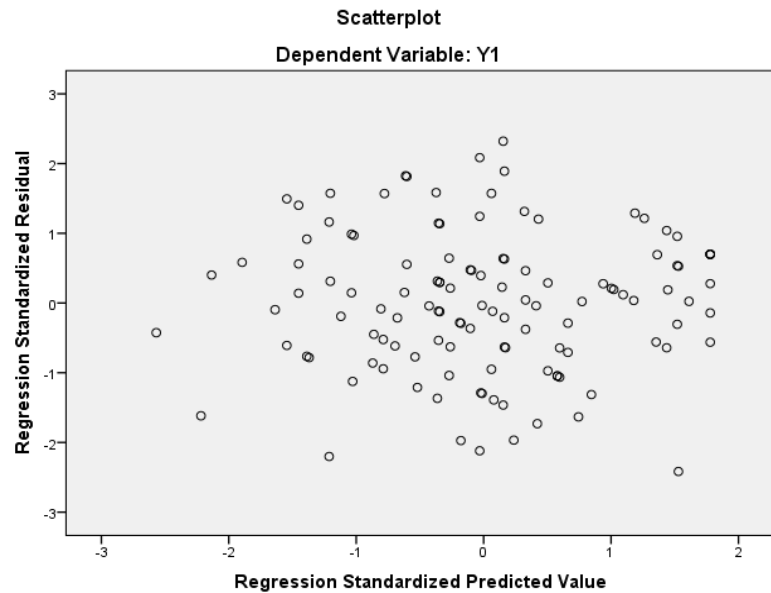
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

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

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.





Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	3,129	2,271		1,378	,171		
1	X1	,197	,060	,252	3,278	,001	,712	1,404
	X2	,614	,087	,542	7,051	,000	,712	1,404

a. Dependent Variable: Y1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,710 ^a	,504	,495	2,378	1,462

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y1

UJI LINIER BEBRGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710 ^a	,504	,495	2,378

a. Predictors: (Constant), KESADARAN, SCM HALAL

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	676,949	2	338,474	59,841	,000 ^b
	Residual	667,431	118	5,656		
	Total	1344,380	120			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), KESADARAN, SCM HALAL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3,129	2,271		1,378	,171
1	SCM HALAL	,197	,060	,252	3,278	,001
	KESADARAN	,614	,087	,542	7,051	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3,129	2,271		1,378	,171
1	SCM HALAL	,197	,060	,252	3,278	,001
	KESADARAN	,614	,087	,542	7,051	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	676,949	2	338,474	59,841	,000 ^b
	Residual	667,431	118	5,656		
	Total	1344,380	120			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), KESADARAN, SCM HALAL

