

**PENGARUH SERTIFIKAT HALAL DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP MINAT BELI KERIPIK BELUT DI KABUPATEN SLEMAN
YOGYAKARTA**

**THE EFFECT OF HALAL CERTIFICATE AND HALAL AWARENESS
ON INTEREST IN BUYING EEL CHIPS IN SLEMAN REGENCY,
YOGYAKARTA**

Skripsi

**Diajukan untuk memenuhi sebagai prasyarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam**



ACE
Munfar
8/6/26

Oleh:

**Bintang Abdul Rahmanto
21423129**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2026

**PENGARUH SERTIFIKAT HALAL DAN KESADARAN
HALAL TERHADAP MINAT BELI KERIPIK BELUT DI
KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF HALAL CERTIFICATE AND HALAL AWARENESS ON
INTEREST IN BUYING EEL CHIPS IN SLEMAN REGENCY,
YOGYAKARTA***

Skripsi

**Diajukan untuk memenuhi sebagai prasyarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam**



Oleh:

Bintang Abdul

Rahmanto

21423129

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Bintang Abdul Rahmanto

NIM : 21423129

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Sertifikat Halal dan Kasadaran Halal Terhadap Minat Beli Keripik Belut di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Penelitian ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari Tugas Akhir Penelitian ini merupakan hasil plagiasi atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka penulis bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan

Yogyakarta. 9 Juni 2026.



Bintang Abdul Rahmanto

NOTA DINAS

Hal : Tugas Akhir
Kepada : Yth. Ketua
Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 07 Juli 2026

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan nomor surat 269/Kaprodi/60/DAATI/FIAI/IV/2026 tanggal 21 April 2026. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

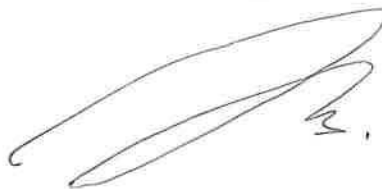
Nama : BINTANG ABDUL RAHMANTO
No. Mahasiswa : 21423129
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun AKademik : 2025/2026
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Sertifikat Halal dan Kesadaran Halal terhadap Minat Beli Kripik Belut di Yogyakarta

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya akhirnya kami nyatakan tugas akhir mahasiswa tersebut memenuhi syarat untuk diajukan ke Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga tugas akhir mahasiswa tersebut dapat dilanjutkan ke Sidang Munaqasah.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

Nama : Bintang Abdul Rahmanto

NIM : 21423129

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Sertifikat Halal dan Kesadaran Halalterhadap Minat Beli
Keripik Belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Penelitian pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dosen Pembimbing



Dr. Anton PriyoNugroho, S.E., M.M



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fia@uii.ac.id
W. fia@uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 30 Juni 2026
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Sertifikat Halal dan Kesadaran Halal terhadap
Minat Beli Keripik Belut di Kabupaten Sleman Yogyakarta
Nama : BINTANG ABDUL RAHMANTO
Nomor Mahasiswa : 21423129

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

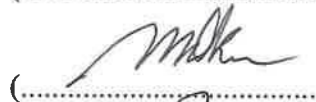
Ketua/Pembimbing

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

()

Penguji 1

Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I

()

Penguji 2

Sofwan Hadikusuma, Lc, ME

()

Yogyakarta, 30 Juni 2026

Fakultas Ilmu Agama Islam

Dekan



Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim. Segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam yang telah memberikan keridhoan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Tugas Akhir ini.

Halaman persembahan pada Tugas Akhir ini penulis persembahkan terutama pada diri sendiri yang sudah berani melangkah dan berjuang untuk memulai hingga menyelesaikan langkah demi langkah berbagai proses cobaan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis juga mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada Bapak Sukarman dan Ibu Tiara Susanti selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan serta dorongan lahir batin dan motivasi kepada penulis. Serta senantiasa mendoakan penulis agar dimudahkan dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.

Penulis mengucapkan Terimakasih kepada Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberi masukan dan arahan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini

Terimakasih kepada H. Sardjono dan Hj. Manisem selaku kakek dan nenek peneliti yang sudah membiayakan selama perkuliahan. Penulis mendapatkan motivasi dari kedua sosok beliau mengatakan “jangan seperti ayahmu” dari motivasi ini. Penulis mendapatkan “ego” yang membara dan menjanjikan bahwa penulis bisa sukses.

Terimakasih Kepada Group keluarga Abdul yaitu Abdul Aziz, Arya Yudha, Muhammad ari, Dafa Risky, dan teman-teman lainnya. Yang telah bersedia menemani dan berbagai keluh kesah dengan penulis.

HALAMAN MOTO

“Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas” “Hadist Riwayat Imam Bukhari dan Imam Muslim”

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۚ

“sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan” Al-Insyirah ayat 5 & 6

“jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah”
(Buya Hamka)

semua jatuh bangunmu, hal yang biasa angan dan pertanyaan, waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu, bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia
(Baskara Putra, Hindia)

ABSTRAK

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah Penduduk Muslim terbesar di Dunia, sehingga kebutuhan terhadap produk halal terus mengalami peningkatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen (consumer behavior). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling yang melibatkan konsumen atau masyarakat Indonesia khususnya di Yogyakarta yang sudah pernah mengkonsumsi keripik Belut. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis continuous rating scale dan dianalisis menggunakan SPSS statistik 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikat halal tidak berpengaruh terhadap minat beli, sedangkan kesadaran halal mempengaruhi terhadap minat beli, sementara itu, dari variabel sertifikat halal dan kesadaran halal berpengaruh simultan terhadap minat beli. Temuan ini menegaskan bahwa sertifikat halal tidak mempengaruhi minat beli karena ada faktor lain nya. Seperti: Harga produk, Kualitas produk, dan brand produk.

Kata Kunci: Sertifikat Halal, Kesadaran halal, Minat Beli, Perilaku Konsumen, Keripik belut, yogyakarta

ABSTRACT

Indonesia is a country with the largest Muslim population in the world, so the need for halal products continues to increase. This study aims to analyze the influence of halal certification and halal awareness on the interest in purchasing eel chips in Sleman Regency, Yogyakarta. This study uses consumer behavior theory. This study uses a quantitative approach method with a purposive sampling technique involving consumers or Indonesian people, especially in Yogyakarta who have consumed eel chips. Data were collected through a questionnaire based on a continuous rating scale and analyzed using SPSS statistics 25. The results of this study indicate that halal certification does not affect purchasing interest, while halal awareness does affect purchasing interest. Meanwhile, the variables of halal certification and halal awareness have a simultaneous effect on purchasing interest. This finding states that halal certification does not affect purchasing interest because there are other factors. Such as: Product price, product quality, and product brand.

Keywords: Halal Certificate, Halal Awareness, Purchase Interest, Consumer Behavior, Eel Chips, Yogyakarta

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th.

1987 Nomor:

0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihayati oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2)

Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahannya tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbedabeda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ta	T	Te
ت	Ba	B	Be
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ع	ain	‘	koma terbalik (di atas)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	Ka	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan. huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َئِ...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
ُؤ...	Fathah dan wawu	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa'ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ.اِ.اُ.يَ.	fathah dan alif atau ya	A	A
إِ.يَ.	kasrah dan ya	I	I
وُ.و.	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati Ta'
Marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka

ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- | | |
|---|---|
| - الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ | Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/<br>Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn |
| - الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ | Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm |

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- | | |
|-------------------------------|---|
| - اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ | Allaāhu gafūrun rahīm |
| - بِاللهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا | Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an |

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, Puji dan Syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan anugerah yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir Penelitian ini dengan judul “Pengaruh Sertifikat Halal dan Kesadaran Halal terhadap Minat Beli Keripik Belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta”. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Keluarga, Sahabat dan Umatnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Dalam penyelesaian tentu penulis mengalami rintangan dan kesulitan, namun atas arahan, bantuan, bimbingan berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta jajarannya.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam beserta jajarannya
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Dr. Siti Achiria, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam. Fakultas Ilmu Agama Islam. Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, membersamai dan memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.

6. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan pengajaran selama masa studi. Semoga bapak ibu dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT dengan sebaik-baiknya balasan. Tak lupa seluruh staf prodi dan akademik yang telah memberikan pelayanan dan pengarahan yang sangat baik.
7. Ayah dan ibu, Sukarman dan Tiara Susanti selaku orang tua penulis. Penulis ingin mengucapkan 3 kata “mohon Maaf, Terima Kasih, janji”. Mohon maaf atas keterlambatan kelulusanku ayah ibu. Terima Kasih ayah dan ibu yang selalu support, yang selalu menanyakan kabar skripsi “sampai mana skripsinya?” tapi tidak menanyakan kondisi anakmu. Dari menanyakan kabar saja, penulis mendapatkan motivasi bahwasanya “orang tua yang hebat tidak menanyakan kabar anak lakinya, karena sudah tau seberapa kuat robot rakitannya”. Dan yang terakhir “janji”. Ayah ibu mohon maaf sebesar-besarnya, gelar sarjana yang penulis dapatkan akan kasih ke ayah, karena ayah lebih pantas untuk mendapatkan gelar ini, dibandingkan penulis. Izinkan penulis untuk berterbangan didunia kerja untuk membangun ekonomi rumah tanpa gelar sarjana.
8. H. Sardjono dan Hj. Manisem selaku kakek dan nenek penulis. Terima kasih kepada kakek, nenek saya karena sudah membiayakan selama perkuliahan. “jangan seperti ayahmu” Terima kasih juga atas motivasi nya yang sangat membakar ego penulis. Izinkan iya mbah gelar yang penulis dapatkan akan berikan ke “ayah”. Karena ayah lebih pantas dari pada penulis. Izinkan pula iya mbah, cucu pertamamu untuk berterbangan didunia kerja untuk membangun ekonomi tanpa gelar sarjana.
9. Zaskia nur Azizah selaku adek kandung. Semoga cita-cita kamu tercapai ya dek, semoga diterima disalah satu Universitas yang ada di Indonesia.
10. Teman-Teman seperjuangan Prodi Ekonomi Islam Angkatan Kepada grup keluarga Abdul yaitu: Abdul Aziz, Arya Yudha, M. Ariw, Dafa, Toriq, dan Iqbal. Terima kasih sudah mensupport, menemani, mendengarkan permasalahan, berdebat ditengah malam, dan berpergian di luar Kota ataupun di Daerah Yogyakarta.
11. Terima kepada F yang telah berkontribusi atas skripsi penulis, dan atas

kehadiran Mbak F ini yang menimbulkan “Ego” yang membara. Dari situlah penulis mendapatkan rasa semangat untuk mendapatkan gelar sarjana nya, dan bekerja setelah lulus, setelah itu mengusahakan ke jenjang yang lebih serius.

12. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, maka penulis mengharap kritik dan masukan yang membangun untuk perbaikan karya dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya dalam pengembangan keilmuan di bidang ekonomi islam.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, Juni 2026

Bintang Abdul Rahmanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTO	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	x
KATA PENGANTAR	xix
DAFTAR ISI	xxii
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II KERANGKA TEORI/LANDASAN TEORI	9
A. Telaah Pustaka	9
B. Kerangka Teori	12
C. Hipotesis	18
D. Kerangka Berpikir	20
BAB III METODE PENELITIAN	21

A. Desain Penelitian	21
B. Lokasi Penelitian	21
C. Waktu pelaksanaan penelitian	21
D. Objek Penelitian	22
E. Populasi dan Sampel	22
F. Sumber Data	22
G. Teknik Pengumpulan Data	22
H. Definisi Operasional Variabel	23
I. Instrumen Penelitian Yang Digunakan	23
J. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Keripik Belut	28
B. Perilaku Konsumen	30
C. Hasil Pengumpulan Data	32
D. Analisis Data	38
E. Pembahasan	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48
C. Keterbatasan Penelitian	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator Variabel	24
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas XI	25
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas X2	26
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas X2	27
Tabel 3. 5 Uji Realibilitas X1	28
Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 2 Berdasarkan Domisili	33
Tabel 4. 3 Berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 4 Berdasarkan Pendidikan	35
Tabel 4. 5 Berdasarkan Mengetahui Keripik Belut	35
Tabel 4. 6 Mengetahui Berasa Keripik Belut	36
Tabel 4. 7 Berdasarkan Mengonsumsi Keripik Belut	36
Tabel 4. 8 berdasarkan berapa kali membeli keripik belut	37
Tabel 4. 9 Berdasarkan Daya Saing UMKM	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Dari Histogram	38
Gambar 4. 2 Hasil Dari P-Plot.....	39
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	40
Gambar 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	40
Gambar 4. 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	41
Gambar 4. 6 Hasil Uji T	42
Gambar 4. 7 Hasil Uji F	42
Gambar 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	53
Lampiran 2 Lembar Persetujuan	55
Lampiran 3 Hasil Olahdata Penelitian	60
Lampiran 4 Surat Keterangan Hasil Cek Plagiasi	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perikanan memiliki peranan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat khususnya kebutuhan gizi. Pengolahan hasil perikanan merupakan kegiatan industri yang menciptakan nilai tambah produk olahan perikanan menjadi bentuk setengah jadi maupun barang, jadi khususnya pengolahan menjadi bahan makanan (Sulaiman, 2020). Salah satu produk olahan bidang perikanan adalah olahan dari belut. Belut adalah kelompok ikan berbentuk mirip ular yang termasuk dalam suku Synbranchidae. Sebagai bahan pangan, ikan merupakan sumber protein, lemak, vitamin dan mineral yang sangat baik dan prospektif. Belut merupakan salah satu jenis ikan tawar (Andini et al., 2021). Pengolahan belut dalam bentuk makanan berupa rendang belut, sate belut, sop belut, spageti belut, belut panggang, belut lada hitam, rujak belut, nugget belut, pepes belut, rica-rica belut menurut (Shidqiyyah, 2016) dalam(Irawan.et. al. 2020,) Selain itu belut juga dapat diolah menjadi cemilan berupa keripik belut.

Keripik belut menjadi salah satu olahan yang sangat dibanggakan dari Kawasan Tamanmartani, dengan citra rasa yang lezat dan tekstur yang renyah. Keripik Belut dari Tamanmartani telah menjadi cemilan favorit di kalangan masyarakat. Selain itu, produsen keripik belut di Tamanmartani telah menjaga kelestarian tradisi dalam pembuatan. Dengan memadukan teknologi modern dan pengetahuan turun temurun. Produsen ini mampu menghasilkan keripik belut yang berkualitas tinggi namun tetap mempertahankan citra rasa asli dari olahan khas.

Padatnya penduduk Indonesia diikuti keragaman dan keinginan konsumen dalam mendapatkan produk keripik belut salah satunya seperti kehalalan produk karena penduduk indonesia yang mayoritas muslim. Menurut data Kementrian agama RI (2025), sebanyak 284.438.8 juta jiwa atau 87% populasi penduduk

indonesia merupakan muslim. Halal bukan lagi di pandang sebagai permasalahan

agama melainkan sudah termasuk dalam ranah bisnis (Mulasakti & Mas'ud 2020). Salah satunya Kabupaten Sleman yang merupakan Kabupaten yang ada di Daerah Istimewah Yogyakarta.

Minat beli merupakan salah satu aspek penting dalam perilaku konsumen yang mencerminkan kecenderungan atau keinginan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa. Minat beli merupakan tahap di mana responden cenderung mengambil tindakan sebelum mengambil keputusan pembelian (Muslichah & Ibrahim, 2021). Bagi umat Islam, segala sesuatu yang masuk ke dalam tubuh sangat penting untuk memastikan kehalalannya, sehingga minat beli dapat dipengaruhi oleh kandungan bahan makanan dalam produk tersebut. Adanya sertifikat halal dalam produk makanan, maka minat beli akan meningkat dengan adanya sertifikat halal.(Djakasaputra et al., 2023).

Di era modern, perkembangan industri pangan sangat melesat tinggi menyebabkan proses produksi makanan sering kali melibatkan bahan makanan teknologi, maka dari itu selalu mempertimbangkan kemaslahatan dan madharat (bahaya). Segala sesuatu yang diharamkan pastilah mengandung seratus persen bahaya atau unsur bahaya yang dominan. Allah SWT berfirman dalam Al-qur'an surah al-baqarah ayat 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “wahai manusia, makanlah sebagai (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan, sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata” (al-baqarah ayat: 168).

Berdasarkan pendapat para ahli, sertifikat halal merupakan dokumen resmi yang dikeluarkan oleh lembaga islam yang berwenang, yang menyatakan bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai ajaran islam (Zulfa et al., 2023) dalam penelitian(Syam et al., 2025). Sertifikat halal sangat penting di Indonesia. Dalam undang-undang Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan Produk Halal (UU JPH), yang mewajibkan produk beredar di indonesia bersertifikat halal, diperkuat oleh peraturan pemerintahan (PP) nomor 39 tahun 2021 (dan PP 42 Tahun 2024 sebagai perubahan), yang mengatur teknis pelaksanaannya, serta undang-undang cipta kerja yang menyederhanakan prosesnya, menciptakan

kepastian

hukum dan perlindungan konsumen muslim. Sertifikat halal sangat penting bagi Usaha Mikro, dan menengah (UMKM) karena memberikan jaminan kehalalan produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen, dengan adanya sertifikat halal, UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan daya asing, dan meraih potensial pasar halal yang lebih luas.

Perkembangan industri pangan dan gaya hidup modern menyebabkan semakin beragam nya produk makanan yang beredar di masyarakat. Kondisi ini menuntut adanya kesadaran halal yang lebih tinggi agar konsumen mampu bersikap selektif dan kritis dalam memilih produk yang dikonsumsi. Tanpa adanya kesadaran halal yang memadai, konsumen berpotensi mengonsumsi produk yang haram atau syubhat tanpa disadari, sehingga dapat bertentangan dengan nilai-nilai ajaran islam. Dalam teori menjelaskan kesadaran halal adalah pemahaman umat islam terhadap konsep, proses, dan prinsip halal, yang pada akhirnya memprioritaskan makanan halal untuk dikonsumsi (Hapsoro & Hafidh, 2018; Katuk dkk., 2021)(Djakasaputra et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang diatas, sebagian besar penelitian mengenai sertifikat halal dan kesadaran halal lebih banyak difokuskan pada produk modern atau produk bermerek nasional, sedangkan penelitian pada produk olahan perikanan tradisional seperti keripik belut masih terbatas. Selain itu, penelitian sebelumnya cenderung menguji masing-masing variabel secara terpisah dan belum banyak yang menguji pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal secara simultan terhadap minat beli pada produk UMKM daerah, khususnya di Yogyakarta. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memberikan bukti empiris dalam konteks produk lokal khas daerah.

B. Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana pengaruh sertifikat halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten sleman?
2. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman Yogyakarta?
3. Apakah sertifikat halal dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman. Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh sertifikat halal terhadap minat beli produk keripik belut di Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli produk keripik belut di Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal secara simultan terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambahnya kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang pengaruh sertifikat halal, kesadaran halal dan minat beli konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pelaku usaha dan produsen makanan

Penelitian ini diharapkan bagi pelaku usaha makanan memperhatikan dari sektor kualitas produk makanan, memperhatikan pula pentingnya sertifikat halal, dan memperhatikan kepercayaan konsumen agar minat beli meningkat.

b. Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan bagi konsumen untuk memperhatikan dari segi kemasan (packaging). Bahan baku yang di buat oleh produsen, dan lebih meningkatkan pemahaman konsumen mengenai pentingnya adanya produk yang bersertifikat halal dari lembaga BPJPH, dan LPPOM MUI.

c. Bagi pemerintah dan lembaga terkait (BPJPH, LPPOM MUI).

Penelitian ini menjadikan masukan atau saran bagi pemerintah lembaga terkait (BPJPH, LPPOM MUI). mendukung UMKM dalam proses pengurusan sertifikat halal, dan mensosialisasikan pentingnya sertifikat halal terhadap produsen agar barang atau jasa banyak diminati.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini berdasarkan penjabaran dari penyusunan proposal untuk memberikan informasi kepada pembaca agar mudah untuk dipahami susunan proposal ini, penelitian ini disajikan dalam 5 (lima) bab, dimana setiap bab disusun secara sistematis sehingga dapat memudahkan untuk memahami hubungan antara satu bab dengan bab lainnya. Adapun sistematika yang dimaksud adalah:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai landasan teori yang didapatkan dari literatur - literatur terdahulu sebagai dasar dari setiap variabel. Dalam bab ini dibahas juga mengenai hasil dari penelitian-penelitian terdahulu tentang penggunaan suatu sistem yang sejenis, dimana umur penelitiannya tidak lebih dari 5 tahun dan diterangkan juga mengenai hipotesis penelitian juga kerangka pemikiran yang akan diujikan.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai populasi dan penentuan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel – variabel penelitian dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan berisi pembahasan terhadap hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari ringkasan hasil analisis data. Dalam bab ini juga membahas mengenai saran yang diberikan penulis kepada pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian.

BAB II

KERANGKA TEORI/LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Pada bagian ini. Penelitian akan disajikan beberapa teori-teori yang mendukung pembahasan mengenai “pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli produk keripik belut yogyakarta” maka dari itu dalam telaah pustaka ini, penulisan mencari, membaca, dan mendata penelitian yang terdahulu. Berikut ini adalah tinjauan umum atas penelitian terdahulu:

(Ummah et al., 2023). Sertifikat halal dan kesadaran halal pada minat beli produk makanan. Penulis menggunakan metode kuantitatif dengan data primer berupa wawancara menggunakan skala likert. Didukung dengan menggunakan angket/kuesioner yang diberikan kepada responden untuk menjawab permasalahan penelitian. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli konsumen.

(Hamdani et al., 2021). Dalam pengaruh kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap Minat Beli Produk *Kentucky Fried Chicken* (KFC). penulis menggunakan pendekatan Kuantitatif, dengan menggunakan teknik *non probability*, didukung dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebagai sarana penarikan sampel. Dengan tujuan konsumen muslim dikota banda aceh memperhatikan dan menyadari pentingnya makanan halal yang dikonsumsi.

(Cupian, n.d.) Pengaruh sertifikat halal, Kesadaran Halal dan bahan makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal studi Masyarakat Muslim di Kota Banjar. Penulis dalam jurnal ini memakai 2 sumber yaitu informasi khusus dalam bahasa dan informasi secara tidak langsung maupun secara langsung. Dengan didukung membuat kuesioner yang disebarakan melalui media sosial berbentuk *google form*. Siti Khodijah sara. Pengaruh kesadaran Halal terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, didukung dengan metode survei yang dipilih sebagai sumber data primer. Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal mahasiswa terhadap minat beli

kosmetik.

Hari santoso Wibowo. Pengaruh sertifikat halal, religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Minat Beli konsumen UMKM. penulis menerapkan pendekatan kuantitatif, yang didukung dengan Teknik Purposive kriteria sampel dalam penelitian. tujuan penelitian ini untuk melihat seberapa pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

(Muntholip et al., n.d.). Sertifikat Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia. Penulis menggunakan systematic Literature Riview (SLR). SLR merupakan penelitian yang dilakukan untuk meninjau literatur secara terstruktur dan memetakan fase-fase tertentu dalam penelitian (Takalo et. al., 2021). Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh sertifikat halal terhadap minat beli konsumen pada produk UMKM serta untuk mengetahui dampaknya terhadap peningkatan penjualan produk UMKM. (Lubis & Dermina, n.d.), sertifikat halal pada produk makanan. Penulis menggunakan kualitatif, penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. didukung dengan sumber data primer adalah pemilik perusahaan dan karyawan sedangkan sumber sekunder adalah buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Yeyen Novita. Pengaruh kesadaran halal dan sertifikat halal terhadap minat beli pada membeli produk halal selama pandemi covid-19. Penulis menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui media sosial. Fokus dalam penulis penelitian ini adalah konsumen muslim yang tertarik pada produk halal. (Rozi, 2025) pengaruh sertifikat halal dan halal awareness terhadap minat beli konsumen pada restoran All You Can Eat di kota surabaya. Penulis menggunakan kuantitatif asosiatif, dengan tujuan mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu sertifikat halal dan halal awareness dan variabel dependent nya yaitu minat beli.

Irfan Agung. Pengaruh sertifikat halal dan kesad an halal terhadap keputusan pembelian. Penulis ini menggunakan metode analisis deskriptif Kuantitatif, dengan populasi konsumen yang diteliti berada di kabupaten sleman. Didukung teknik sampel purposive sampling sebagai penguat data penelitian.

B. Kerangka Teori

1. Teori Perilaku Konsumen (consumer behavior)

Perilaku konsumen adalah studi tentang tindakan individu atau kelompok dalam mencari, membeli, menggunakan dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Konsumen adalah seseorang yang bertanggung jawab secara langsung terhadap pengambilan keputusan pembelian suatu produk atau jasa dan bagaimana dia menggunakan atau melakukan pembelian berulang terhadap suatu produk barang atau jasa (Jibril & Ahmad, 2021).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000). “Perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka” sedangkan berdasarkan penafsiran Sunyoto (2012) perilaku konsumen bisa diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempengaruhi barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan minat beli pada persiapan dalam menentukan kegiatan-kegiatan tersebut.

Berdasarkan dua definisi yang telah disebutkan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan keseluruhan aktivitas yang dilakukan individu untuk memenuhi kebutuhannya, mulai dari proses mencari informasi, membeli, menggunakan, mengevaluasi, hingga menghabiskan suatu barang atau jasa. Perilaku konsumen juga mencakup proses pengambilan keputusan dan minat beli yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh ketiga perspektif tersebut yaitu:

a. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Menurut penjelasan Kotler dan Keller (2016), faktor yang mempengaruhi ada 3 faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi. Berikut adalah penjelasan lengkap dari ketiga faktor tersebut berdasarkan penjelasan dari Kotler dan Keller (2016):

1) Faktor Budaya (culture factor).

Faktor budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih menampak identitas serta sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Faktor budaya terdiri dari budaya (culture) itu sendiri dan subbudaya (sub-culture)

a) Budaya (*culture*).

Budaya adalah penentu dasar keinginan serta perilaku seseorang. Pemasaran benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap negara untuk memahami cara terbaik dalam memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang untuk produk baru.

b) Subbudaya (sub-culture).

Setiap budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri sosialisasi, seperti kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Ketika sub-budaya berkembang maka perusahaan bisnis akan sering memasang program pemasaran salah satunya sertifikat halal.

2) Faktor Sosial (social factor).

Selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial seperti:

a) Kelompok acuan.

Kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap Perilaku atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan

b) Keluarga

Keluarga merupakan alasan utama yang mendasari pembelian konsumen. Para anggota keluarga menjadi kelompok acuan utama yang paling mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap suatu merek.

c) Peran praktis.

Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan masyarakat. Seseorang sering kali membeli produk yang dapat menunjukkan status mereka dalam masyarakat.

3) Faktor pribadi.

Faktor Pribadi Keputusan pembelian seseorang juga dapat dipengaruhi oleh faktor – faktor yang berasal dari pribadi seseorang, seperti:

- a) Umur dan tahap siklus hidup Usia memiliki hubungan yang erat dengan perilaku dan selera seseorang, dimana seiring dengan bertambahnya usia seseorang akan diikuti dengan perubahan selera terhadap produk atau jasa.
- b) Pekerjaan Pekerjaan seseorang juga dapat mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya..
- c) Situasi Ekonomi Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan seseorang terhadap produk yang akan dibelinya Gaya Hidup
- d) Gaya hidup (life style) adalah pola kehidupan seseorang seperti yang diperlihatkannya dalam kegiatan, minat, dan pendapat - pendapatnya. Kepribadian.

Kepribadian tiap orang yang berbeda mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Kepribadian adalah karakteristik psikologis unik yang dimiliki masing–masing individu. Seperti: kepercayaan diri, dominasi, kemampuan bersosialisasi, dan kemampuan beradaptasi.

2. Keripik Belut

Keripik Belut merupakan makanan khas yang bisa ditemukan di wilayah Godean, Kabupaten Sleman, Provinsi Istimewah Yogyakarta. Jenis keripik ini jarang ditemukan di wilayah lain dan hal ini yang mungkin membuat keripik belut menjadi keunggulan kuliner yang dimiliki

oleh Kabupaten Sleman Namun banyaknya parawisata merasakan sedikit aneh dan menjijikan ketika mendengar kata Belut. Belut adalah binatang yang biasa tinggal di lokasi persawahan dengan bentuk menyerupai ular dan ikan lele Belut yang ada biasanya di sawah kurang diperhatikan tersebut dapat diolah menjadi makanan yang enak melalui tangan ketrampilan masyarakat Godean, belut tersebut diolah menjadi Keripik Belut.

Pembuatan Keripik Belut ini sudah berlangsung sejak dari 1980 tentu saja awalnya belum terkenal saat ini. Pedagang yang menjual saat itu yaitu pedagang tradisional. Dengan seiringnya zaman, keripik belut semakin dikenal oleh masyarakat luar. Hal ini tentu saja berbanding lurus dengan bertambahnya jumlah pembuatan keripik belut

3. Minat Beli

Menurut Kotler Amstrong (2020) mengatakan bahwa minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk (Kotler Dan Amstrong, n.d.). Sedangkan menurut Priansa (2017;164) (Susanti & Handayati, n.d.) minat beli konsumen merupakan masalah yang kompleks, namun harus tetap menjadi perhatian pemasaran. Dapat disimpulkan bahwasanya minat beli ialah suatu sikap yang dipengaruhi oleh dorongan atau perasaan senang terhadap sesuatu sehingga memicu keinginan untuk dimiliki.

Menurut priansa (2017;168) dalam penelitian (Rosa Faramitha Manajemen & Yasa Anggana Garut, 2022) mempunyai beberapa indikator tersebut, yaitu.:

- a. Minat transaksional merupakan kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk (barang dan jasa). Yang dihasilkan perusahaan, ini didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.
- b. Minat refrensial merupakan kecenderungan konsumen untuk

mereferensikan produknya kepada orang lain. Minat tersebut muncul setelah konsumen memiliki pengalaman dan informasi tentang produk tersebut.

- c. Minat preferensial merupakan minat menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensi utama terhadap produk-produk tersebut. Preferensi tersebut hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya

4. Sertifikat Halal

Sertifikat halal adalah jaminan makanan atau produk yang halal ditandai dengan adanya label/logo halal pada kemasan produk (Giyanti & Indriastiningsih, 2018). Produk yang bersertifikat halal juga menandakan kebersihan, kualitas, dan higienis suatu produk, sertifikat halal akan memberikan image positif berupa kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Hal ini akan selaras dengan sikap positif seorang muslim untuk lebih memilih produk yang bersertifikat halal dari pada produk tanpa sertifikat halal (Syahida & Nabilah, 2020). Adapun beberapa indikator sertifikat halal adalah Gambar label halal, tulisan label halal, menempel pada bungkus produksi. Menariknya, saat ini, sertifikat halal juga diminati oleh konsumen non-Muslim. Sertifikat ini mampu menarik konsumen yang peduli halal, baik kalangan muslim maupun non-muslim. Selain itu, sertifikat halal juga dapat digunakan oleh perusahaan atau restoran sebagai cara membedakan produk mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas pasar khususnya kalangan konsumen yang mengutamakan produk halal (Khan & Haleem, 2016).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan otoritas tertinggi bagi ulama muslim di Indonesia. MUI mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetik (LPPOM) pada 6 Januari tahun 1989 di Jakarta. LPPOM bertugas mendukung MUI sebagai lembaga sertifikasi halal yang sah di Indonesia, dan terdiri dari ilmuwan dengan keahlian di berbagai

bidang seperti kimia, biokimia, teknologi pangan, kedokteran hewan, dan agroindustri. Pada tahun 1995, MUI mengeluarkan keputusan yang memungkinkan MUI Provinsi untuk mendirikan LPPOM di tingkat daerah. Sejak itu, beberapa LPPOM provinsi telah didirikan di berbagai wilayah seperti Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Yogyakarta, Sumatra Barat, Sulawesi Selatan, dan Bali. Hingga saat ini, ada 28 LPPOM provinsi yang sudah berdiri (Khan & Haleem, 2016).

Adapun indikator sertifikat halal menurut Shaari & Arifin (2010) dalam penelitian (Romizul Fikri, 2025). Yaitu:

a. Legalitas lembaga sertifikat.

Indikator ini menunjukkan bahwa lembaga yang mengeluarkan sertifikat halal harus memiliki izin dan pengakuan resmi dari pemerintahan atau kementrian terkait. Legalitas lembaga salah satu bahwa proses sertifikat halal dilakukan secara sah dan dapat dipercaya. Maka dari itu adanya lembaga LPPOM/MUI konsumen percaya pada produk yang disertifikasi oleh lembaga resmi

Keterangan sertifikat halal Indikator ini berkaitan dengan adanya informasi atau label halal pada kemasan produk, seperti logo halal, nomor sertifikat, atau keterangan resmi lainnya. Dari keterangan diatas membantu konsumen untuk mengenali produk halal dengan mudah.

b. Akreditasi lembaga sertifikat halal.

Indikator ini menunjukkan bahwa lembaga sertifikat halal memiliki standar mutu dan penilaian tertentu yang diakui secara resmi. Akreditasi penting untuk memastikan bahwa proses pemeriksaan halal dilakukan secara profesional dan sesuai standar.

5. Kesadaran Halal

Kesadaran adalah hal yang dirasakan dan dialami oleh seseorang atas keadaan dirinya sendiri. Kesadaran halal dapat diketahui berdasarkan mengerti atau tidaknya seorang muslim tentang apa arti dari halal itu sendiri. Namun mengetahui bagaimana cara penyembelihan yang sesuai

dengan ajaran agama dengan benar, dengan mengutamakan mengkonsumsi makanan yang benar (waskito, 2015). Kesadaran akan pentingnya pangan halal secara tidak langsung mendorong perkembangan industri pangan halal (Purwanto.dkk., 2021; shuhada dkk., 2018).

Berdasarkan dua definisi diatas diartikan bahwa kesadaran halal adalah pengetahuan, keyakinan, dan perhatian terhadap status kehalalan produk. Adapun beberapa indikator kesadaran halal ialah pentingnya asal produk, kepercayaan konsumen, dan label halal. Dari indikator tersebut bahwasanya kesadaran halal itu sangat penting bagi Umat Islam di Indonesia.

Menurut Yunus, Rashid, dan Arifin (2014). Dari penelitian (Dwi Putri Pratiwi, n.d.) Adapun beberapa indikator kesadaran halal (x2). Yaitu:

- a. Sadar akan halal karena kewajiban agama. Indikator ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki kesadaran untuk memilih produk halal karena ajaran dan kewajiban dalam agama islam. Banyaknya konsumen memperhatikan status halal sebelum membeli produk.
- b. Kebersihan dan keamanan pangan. Indikator ini berkaitan dengan pandangan bahwa produk identik dengan kebersihan, higienitas, dan keamanan untuk dikonsumsi. Konsumen pula menganggap produk halal bersih dan sehat karena sudah melalui pengecekan dari LPPOM/MUI.
- c. Sangat penting mengetahui proses produk kemasan halal. Indikator ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya melihat label-halal, tetapi juga ingin mengetahui proses produksi, bahan baku, dan pengemasan produk halal

C. Hipotesis

Dalam hipotesis ini penulis mendapatkan teori penelitian dari Kasnelly & jail (2019) bahwa sertifikat halal berpengaruh terhadap minat beli membeli produk yang berlabel halal. Dari hasil teori penelitian tersebut maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh sertifikat halal terhadap Minat Beli.

Produk yang memiliki sertifikasi halal maka akan membuat produk tersebut lebih mudah diidentifikasi konsumen sehingga konsumen Muslim akan lebih mudah untuk mendapatkan produk dan pada akhirnya akan meningkatkan daya beli produk tersebut (Susetyo Hadi et al., 2021) Kasnelly & Jail (2019) bahwa sertifikat halal berpengaruh terhadap minat beli membeli produk yang berlabel halal. Hasil penelitian lain yang sesuai adalah penelitian dari Nurcahyo dan Hudrasyah (2017) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara sertifikasi halal terhadap minat beli.

H1: sertifikat halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman

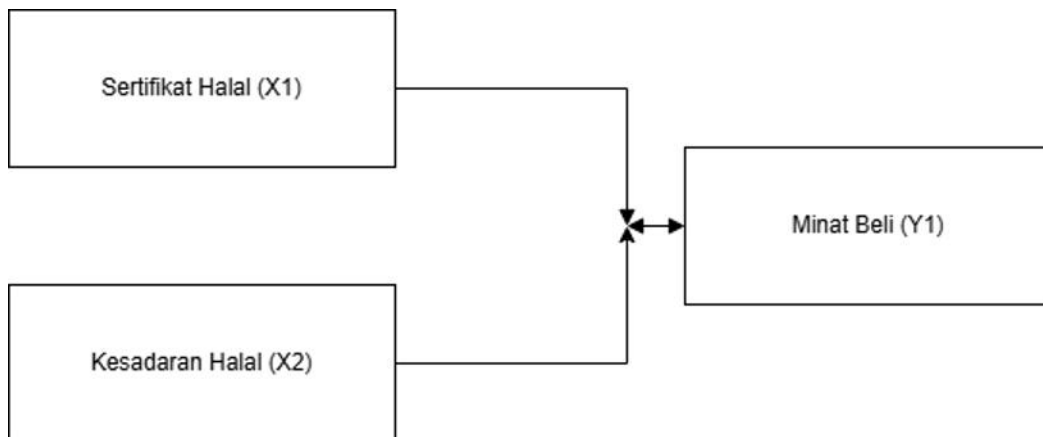
Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Minat Beli Yunus dkk (2014) yang menyatakan bahwa Kesadaran halal mempengaruhi minat beli. Konsumen muslim pada produk halal yang di produksi oleh produsen non-muslim. Karena kesadaran halal merupakan sesuatu yang penting yang harus dapat dipertimbangkan oleh konsumen muslim ketika membeli suatu produk di pasaran. Hasil penelitian lain yang sejalan yang dikemukakan oleh Nurul (2017) dengan hasil bahwa kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk. Kesadaran halal Muslim dapat ditandai dengan pengetahuan Muslim terkait bahan baku yang digunakan, proses produksi, dan distribusi yang dibenarkan secara syariat Islam (Fachruddin & Anwar, 2022).

H2: Kesadaran Halal berpengaruh Positif dan signifikan terhadap minat beli keripik belut Kabupaten Sleman

Pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap Minat Beli. Menurut Izzuddin (2018), sertifikasi halal dapat dijadikan sebagai jaminan keamanan apakah produk tersebut dapat dikonsumsi atau tidak. Kesadaran halal adalah bagaimana umat Islam memahami isu-isu yang berkenaan dengan konsep halal (Nofianti dan Rofiqoh, 2019). Kesadaran halal berperan penting dalam penentuan minat beli. Selain label halal pada kemasan, juga terdapat label komposisi bahan pada produk. Hal ini sesuai dengan UU dan peraturan lainnya yang berhubungan dengan produk yang beredar di Seluruh Indonesia. Penelitian ini sejalan dengan Majid et al. (2015); Muslichah et al. (2020).

H3: Sertifikat halal dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman

D. Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel. Dalam konteks ini, penelitian menguji pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman. Data dikumpulkan menggunakan angket tertutup berbasis *continuous rating scale*.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Kabupaten Sleman merupakan salah satu di wilayah DIY dan dikenal sebagai kawasan agraris dan pusat berbagai produk olahan lokal yang menjadi ciri khas daerah Yogyakarta.

C. Waktu pelaksanaan penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama tiga bulan, yang meliputi serangkaian tahap utama yang saling terkait. Tahap awal difokuskan pada persiapan, dimana peneliti menyusun panduan wawancara dan perangkat lain yang diperlukan untuk mengkaji permasalahan terkait sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap suatu produk Keripik belut.

Selanjutnya, tahap pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket/kuesioner kepada konsumen yang sudah mengkonsumsi keripik belut. Bertujuan untuk menggali seberapa pentingnya sertifikat halal dan kesadaran terhadap suatu produk keripik belut, dan nilai-nilai dalam agama Islam.

Setelah itu, dilanjutkan dengan proses pengolahan dan analisis data, yang meliputi hasil dari kuesioner, identifikasi tema-tema kunci melalui coding, dilakukan tahap penyusunan laporan penelitian yang meliputi rangkuman hasil analisis, pembahasan mendalam, dan kesimpulan tentang pandangan konsumen terkait pengaruh nya sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli

keripik belut.

D. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah keripik belut daerah Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

E. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup konsumen yang sudah atau yang belum pernah membeli produk keripik belut. Kelompok konsumen tersebut dipilih karena memiliki tingkat literasi keislaman dan kesadaran fiskal yang relatif tinggi, sehingga dianggap mampu memberikan pandangan tentang pentingnya sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut. Sampel penelitian ditetapkan dengan menggunakan teknik sampel, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Agama Islam
2. Berdomisili
3. Pernah membeli Keripik Belut, di Kabupaten Sleman.

Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman membeli keripik belut, di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dengan menerapkan continuous rating scale, jumlah informan tidak ditentukan secara pasti di awal, melainkan disesuaikan dengan prinsip kejenuhan data (saturasi data), yaitu saat informasi yang diperoleh dianggap telah memadai untuk menjawab fokus penelitian.

F. Sumber Data

Sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini. Peneliti mengumpulkan data primer menggunakan metode kuesioner kepada seluruh responden yang sudah ditentukan.

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode dalam pengumpulan data ini menyebarkan kuesioner berbentuk google form. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan angket beberapa pertanyaan yang dijawab oleh responden disebarkan melalui

google form. Perpaduan kedua teknik dalam mengumpulkan data ini dapat memberikan hasil yang lebih baik dan relevan. Dengan menggunakan continuous rating scale 1-5(sangat tidak setuju, tidak setuju, netral,setuju,sangat setuju) Angket disusun berdasarkan indikator setiap variabel dan diuji validitas serta reliabilitasnya sebelum digunakan secara luas.

H. Definisi Operasional Variabel

Dikutip dari buku Metodologi Penelitian Ilmiah oleh Pakpahan, dkk (2021), definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkapkan dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Maka dari itu variabel yang digunakan dalam operasional variabel ialah sertifikat halal, kesadaran Halal, minat beli.

1. Sertifikasi Halal adalah menurut logo yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam dan menjadi dasar untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada produk dari pemerintah yang berwenang.
2. Kesadaran Halal adalah sebagai pengetahuan yang berkaitan dengan subjek atau kondisi yang tertentu dengan pemahaman yang baik atau apa yang boleh di konsumsi dan digunakan sesuai dengan syariat Islam.
3. Minat beli konsumen menurut Kotler dan Keller (2009) adalah adanya kecenderungan para konsumen dalam bertindak sebelum akan mengambil keputusan dalam membeli

Keripik Belut adalah keripik yang terbuat dari belut yang digoreng dengan menggunakan tepun yang telah dibumbui. Biasanya rasanya adalah asin dengan aroma bawang yang gurih. Daerah sentral keripik belut yang terkenal adalah di daerah Godean provinsi Daerah Istimewah Yogyakarta. Keripik belut banyak dijual dipasar kota.

I. Instrumen Penelitian Yang Digunakan

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner) yang disusun dalam bentuk pernyataan dengan skala likert.

1. Kuisisioner.

Kuesioner merupakan alat utama yang digunakan oleh peneliti dalam

penelitian ini. Salah satu cara untuk meminta responden mengisi survei adalah dengan menggunakan kuesioner. Untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh, alat ini meminta responden untuk mengisi serangkaian pertanyaan.

2. Continuous Rating Scale

Instrumen penelitian ini menggunakan continuous rating scale atau skala penilaian berkelanjutan sebagai alat ukur, sesuai arahan pembimbing. Skala ini memberikan kebebasan kepada responden untuk menilai tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan pada rentang nilai yang kontinu, biasanya 1 sampai 10 (Alwin, 2007). Pada penelitian ini, responden diminta memberi penilaian pada setiap butir pernyataan dengan ketentuan: 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan 10 menunjukkan sangat setuju, dengan nilai di antara keduanya mencerminkan variasi tingkat persetujuan. Penggunaan continuous rating scale dipilih karena beberapa alasan. Pertama, skala ini mampu menangkap nuansa perbedaan persepsi responden secara lebih rinci dibandingkan skala kategori tetap seperti skala Likert. (Cook, 2001) Kedua, skala ini meminimalkan ceiling effect dan floor effect, sehingga data yang diperoleh lebih bervariasi dan memiliki daya diskriminasi yang lebih tinggi. Ketiga, skala kontinu juga memudahkan proses analisis statistik parametrik, karena data yang dihasilkan cenderung memiliki distribusi mendekati normal (Brown, 2010).

Tabel 3. 1 Indikator Variabel

No	Variabel	indikator	No pertanyaan
1	Sertifikat halal	Legalitas lembaga sertifikat halal	1-4
		Keterangan halal	5-8
		Akreditasi lembaga sertifikat halal	9-12
2	Kesadaran halal	Sadar akan halal karena kewajiban agama	13-16
		Kebersihan dan keamanan pangan	17-20
		Sangat penting mengetahui proses produk kemasan halal	21-24

3	Minat beli	Sadar akan halal karena kewajiban agama minat transaksional	25-28
		Kebersihan dan keamanan pangan. Minat Refrensial	29-32
		Sangat penting mengetahui proses	33-36

3. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh peneliti. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan r table dan r hitung. Apabila pada nilai r hitung $> r$ table maka pernyataan pada setiap variabel tersebut dinyatakan valid, begitu pula sebaliknya, jika r hitung $< r$ tabel maka pertanyaan pada setiap variabel tersebut tidak dinyatakan valid.

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas XI

variabel	indikator	Outer Loading	keterangan
Sertifikat halal (x1)	Legalitas lembaga sertifikat halal	0,223	Valid
		0,441	Valid
		0,448	Valid
		0,514	Valid
	Keterangan halal	0,308	Valid
		0,573	Valid
		0,486	Valid
		0,503	Valid
	Akreditasi lembaga sertifikat halal	0,536	Vallid
		0,485	Valid
		0,413	Valid
		0,526	valid

Berdasarkan hasil uji validitas variabel sertifikat halal (X1), menyatakan bahwa seluruh item indikator dinyatakan valid karena nilai

outlier loading telah memenuhi kriteria yang digunakan dalam penelitian. Adapun beberapa indikator variabel sertifikat halal yaitu: legalitas lembaga sertifikat halal dengan outlier loading 0,223. 0,441. 0,514 dinyatakan Valid. Keterangan halal dengan outlier loading 0,308. 0,573. 0,486, 0,503. Dinyatakan valid. Indikator akreditasi lembaga sertifikat halal 0,536. 0,485. 0,413. 0,526 dinyatakan valid.

Dari keseluruhan hasil uji validitas ini menunjukkan bahwa seluruh item variabel sertifikat halal (X1), dinyatakan valid karena nilai outlier loading yang memenuhi kriteria yang digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diukur tingkatan sertifikat halal responden terhadap produk keripik belut yang di konsumsi oleh konsumen.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas X2

VARIABEL	INDIKATOR	OUTER LOADING	KETERANGAN
KESADARAN HALAL (X2)	SADAR AKAN	0,664	VALID
	HALAL	0,490	VALID
	KARENA	0,570	VALID
	KEWAJIBAN	0,499	VALID
	AGAMA		
	KEBERSIHAN	0,555	VALID
	DAN	0,609	VALID
	KEAMANAN	0,550	VALID
	PANGAN	0,625	VALID
	SANGAT	0,543	VALID
	PENTING	0,448	VALID
	MENGETAHUI	0,535	VALID
	PROSES PRODUK	0,601	VALID
	KEMASAN		
	HALAL		

Berdasarkan hasil uji validitas variabel kesadaran halal (X2) yang diukur dengan beberapa indikator variabel yaitu: sadar akan halal karena kewajiban agama dengan outlier loading 0,664. 0,490. 0,570. 0,499.

Indikator kebersihan dan keamanan pangan dengan outler loading 0,555. 0,609. 0,550. 0,625. Dinyatakan valid. Indkator sangat penting mengetahui proses produk kemasan halal 0,543. 0,448. 0,535. 0,601. Dinyatakan valid.

Secara keseluruhan hasil uji validitas seluruh item pada variabel kesadaran halal (X2) dinyatakan valid karena nilai outler loading yang memenuhi kriteria yang digunakan oleh penelitian. Sehingga dapat diukur dengan tingkatan kesadaran halal responden terhadap produk keripik belut yang dikonsumsi oleh konsumen.

b. Uji realibilitas

Uji Reliabilitas Uji Realibilitas adalah alat untuk mengukur pada kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Ketika kuesioner yang dinyatakan reliabel yaitu ketika jawaban dari seorang responden yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini menggunakan teknik uji reliabilitas dengan teknik Cronbach's alpha, Cronbach's alpha memiliki nilai ukuran yang keandalannya nol sampai satu. Tingkat keandalan dari niali Cronbach's alpha $> 0,40-0,60$ dinyatakan cukup andal atau reliabel (Widi,2011). Suatu variabel yang menunjukkan pada nilai Cronbach's alpha $> 0,60$ dikatakan reliabel (Putri,2015).

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	
	Items	N of Items
.657	.652	12

Berdasarkan hasil uji realibilitas diatas, bahwa nilai cronbach'alpha sebesar 0,657 dari jumlah item sebanyak 12 item. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen variabel kesadaran halal (X2) memiliki tingkatan konsistensi internal yang baik.

Dapat disimpulkan bahwa uji realibilitas variabel kesadaran halal (X2) dengan nilai cronbach' alpha sebesar 0,657, yang berarti $> 0,60$ yang artinya uji realibilitas dengan instrumen penelitian pada

variabel kesadaran halal dinyatakan realibel dapat digunakan untuk mengukur pengaruh suatu hubungan antara kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Tabel 3. 5 Uji Realibilitas X1

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.792	.800
		12

Berdasarkan hasil uji realibilitas, terdapat nilai cronbach'alpha 0,792 dari jumlah item pernyataan sebanyak 12 item. Hasil cronbach'alpha tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel sertifikat halal (X1) memiliki tingkatan konsistensi internal yang baik.

Kesimpulan hasil cronbach'alpha sebesar 0,792, yang $> 0,60$. Oleh karena itu, instrumen variabel sertifikat halal dinyatakan realibel dan layak digunakan untuk pengaruh suatu hubungan terhadap minat beli keripik belut, di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

J. Teknik Analisis Data

Teknik analisis Data adalah metode atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengolah dan menafsirkan data yang telah dikumpulkan agar dapat menjawab rumusan masalah, menguji hipotesis, serta mencapai tujuan penelitian dengan kata lain, teknik analisis data merupakan proses sistematis dalam mengubah data mentah menjadi informasi yang bermakna. Kegiatan dalam analisis data meliputi mengelompokkan data, mentabulasi data berdasarkan variabel dan indikator, serta melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang diajukan.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi berganda yang akan diuji telah memenuhi beberapa asumsi klasik. Dapat memberikan kepastian untuk koefisien pada regresi memiliki ketetapan dalam estimasi. Uji asumsi klasik ada terbagi menjadi lima jenis uji yaitu: Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Multikolonieritas, Uji Heterokedastisitas, dan Uji Autokorelasi.

Pada penelitian ini yang cocok untuk menguji uji asumsi klasik memakai tiga uji yaitu Uji normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolonieritas, karena pada uji autokorelasi digunakan untuk data yang bersifat time series dan uji linearitas untuk digunakan untuk memberikan konfirmasi apakah pada sifat linear antara dua variabel sesuai dalam teori dengan hasil pengamatan. Berikut ketiga uji tersebut:

a. Uji Normalitas.

Uji normalitas menurut Ghozali (2013) bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual pada data sebuah kelompok data atau variabel yang diteliti berdistribusi normal atau tidak normal. Uji Normalitas digunakan pada data yang berskala interval, ordinal, ataupun rasio, ketika data menggunakan metode parametrik, maka hasilnya pada persyaratan normalitas harus terpenuhi. Jika data tidak berdistribusi normal, atau pada jumlah data sampel yang sedikit, dan jenis pada nominal atau ordinal, maka hal tersebut memilih metode yang digunakan adalah statistik parametrik.

Ada beberapa cara ketika akan melakukan uji normalitas, yaitu dengan analisis normalitas data Liliefors, Kolmogorov-smirnov, chi square, dan lainnya. Pada penelitian ini akan menguji normalitas dengan menggunakan analisis normalitas Uji *Kolmogorov Smirnov* yang mengukur tingkat kesesuaian antara distribusi teoritis yang tertentu. Pedoman pengambilan keputusan:

- 1) Jika pada nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,01$ maka distribusi adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,01$ maka distribusi adalah normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk menguji pada model regresi ada atau tidaknya terjadi pengaruh variabel independent terhadap variabel residualnya, dengan menggunakan analisis statistic metode Uji Glejser dapat mencari tidak terjadinya heteroskedastisitas dengan didapat hasil yang nilainya lebih besar dari 0,05 karena pada uji normalitas menggunakan alpha 1%), dilakukan dengan adanya meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolute residual. Jika nilainya lebih dari 0,01 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji keadaan model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel independent (bebas). Keadaan yang baik pada model regresi adalah tidak terjadinya korelasi diantara variabel independent. Ketika variabel independen terjadi korelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak independen.

Arti dari variabel orthogonal adalah ketika variabel independent yang bernilai korelasi antar sesama variabel independent dengan nol, Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada nilai VIF pada tabel, jika nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$) atau dilihat dari nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 ($Tolerance > 0,1$) maka hal tersebut model regresi tidak ada masalah multikolinearitas (Ghazali, 2018).

d. Uji t (Uji Parsial).

Dalam penelitian ini Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis pada penelitian untuk menguji pengaruh dari setiap variabel. Untuk menguji pada hipotesis dengan menggunakan Uji Parsial (Uji t) diperlukannya analisis regresi, tujuan dari menguji Uji t untuk mengetahui apakah ada tidaknya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pedoman pengambilan keputusan atas hasil uji t adalah:

- 1) Jika nilai $\text{sig} < \alpha (0,05)$ maka hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai $\text{sig} > \alpha (0,05)$ maka hipotesis ditolak

e. Uji Regresi Linear Berganda.

Dalam penelitian ini uji regresi linear berganda digunakan dalam menguji hipotesis pada penelitian. Karena pada penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independent yaitu variabel pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap Minat Beli Oleh sebab itu menggunakan uji regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh anantara variabel independent terhadap variabel dependen. Dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$$

Keterangan:

Y: Minat Beli

X1: Sertifikat Halal X2: Kesadaran Halal

f. Uji F

Uji F menguji apakah dari hasil keseluruhan pada variabel X secara simultan berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Adapun prosedur ketika melakukan uji F adalah :

- 1) Jika nilai sig 0,05 (Nilai Sig < α 0,05) nilai diterima
- 2) Jika nilai sig 0,05 (Nilai Sig > α 0,05) nilai ditolak

g. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang telah dihitung didasarkan model statistik. Tujuan koefisien determinasi adalah untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel indenpenden terhadap variabel dependen atas persamaan dari nilai regresi. Ketika analisis data terdiri dari dua variabel bebas lebih baik menggunakan R Square, tetapi jika analisis data terdiri lebih dari dua variabel lebih baik menggunakan Adjusted R Square.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Keripik Belut

Keripik belut merupakan salah satu produk olahan pangan khas Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang memiliki nilai ekonomi dan budaya cukup tinggi. Produk ini dihasilkan oleh berbagai pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mengolah belut menjadi makanan ringan dengan cita rasa khas. Selain menjadi oleh-oleh khas daerah, keripik belut juga menjadi salah satu bentuk diversifikasi hasil perikanan yang mampu meningkatkan nilai tambah komoditas belut serta memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat lokal.

Sebagai produk pangan yang mayoritas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yang beragama Islam, aspek kehalalan menjadi salah satu atribut penting dalam pemasaran keripik belut. Proses pengolahan, penggunaan bahan tambahan, minyak goreng, bumbu, hingga proses pengemasan harus memenuhi ketentuan syariat Islam agar produk dapat dinyatakan halal. Oleh karena itu, keberadaan sertifikat halal menjadi salah satu bentuk jaminan bahwa produk telah melalui proses pemeriksaan sesuai standar halal yang berlaku.

Namun demikian, berdasarkan hasil penelitian ini, sertifikat halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen keripik belut di Kabupaten Sleman. Temuan tersebut menunjukkan bahwa konsumen belum menjadikan sertifikat halal sebagai pertimbangan utama dalam membeli keripik belut. Kondisi ini dapat disebabkan oleh karakteristik keripik belut sebagai produk pangan tradisional yang telah lama dikenal masyarakat. Konsumen cenderung telah memiliki persepsi bahwa produk tersebut menggunakan bahan baku alami dan diproduksi oleh pelaku usaha lokal yang dipercaya, sehingga keberadaan sertifikat halal belum menjadi faktor yang menentukan keputusan pembelian.

Di sisi lain, penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal tersebut mengindikasikan bahwa konsumen yang memiliki pemahaman tinggi mengenai pentingnya mengonsumsi produk halal akan lebih memperhatikan aspek kehalalan suatu produk sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, faktor utama yang memengaruhi minat beli bukan hanya keberadaan sertifikat halal sebagai dokumen formal, tetapi juga tingkat pemahaman dan kesadaran konsumen mengenai nilai-nilai halal dalam kehidupan sehari-hari.

Selain aspek halal, perilaku konsumen dalam membeli keripik belut juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas produk, cita rasa, harga, kemasan, dan reputasi merek. Keripik belut dikenal memiliki rasa gurih, tekstur renyah, kandungan protein yang tinggi, serta menjadi oleh-oleh khas Yogyakarta yang telah memiliki citra positif di mata konsumen. Oleh karena itu, atribut-atribut tersebut sering kali menjadi pertimbangan yang lebih dominan dibandingkan keberadaan sertifikat halal ketika konsumen memutuskan untuk membeli produk.

Berdasarkan teori perilaku konsumen dari Kotler dan Keller (2016), keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi. Dalam konteks penelitian ini, keripik belut sebagai makanan khas daerah telah menjadi bagian dari budaya konsumsi masyarakat Yogyakarta maupun wisatawan. Kepercayaan terhadap produk lokal yang telah lama beredar menyebabkan konsumen lebih mengutamakan pengalaman konsumsi, kualitas produk, serta rekomendasi dari orang lain dibandingkan memeriksa keberadaan sertifikat halal. Namun demikian, meningkatnya kesadaran halal tetap mampu mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan industri keripik belut tidak cukup hanya mengandalkan kepemilikan sertifikat halal. Pelaku UMKM juga perlu meningkatkan kualitas produk, menjaga konsistensi cita rasa, memperbaiki desain kemasan, memperkuat identitas merek, serta meningkatkan edukasi mengenai pentingnya produk halal kepada konsumen. Kombinasi antara kualitas produk yang baik dan meningkatnya kesadaran halal

masyarakat diharapkan mampu meningkatkan minat beli serta memperkuat daya saing keripik belut sebagai produk unggulan Kabupaten Sleman.

B. Perilaku Konsumen

Penelitian ini menggunakan Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior) sebagai landasan dalam menjelaskan bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian terhadap produk keripik belut di Kabupaten Sleman. Menurut Kotler dan Keller (2016), perilaku konsumen merupakan proses yang dilalui individu dalam mencari informasi, mengevaluasi, membeli, menggunakan, hingga mengevaluasi suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Keputusan pembelian tersebut dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi.

Dalam konteks penelitian ini, keripik belut merupakan produk olahan pangan khas Kabupaten Sleman yang telah dikenal luas sebagai makanan tradisional dan oleh-oleh khas Yogyakarta. Sebagai produk pangan yang mayoritas dikonsumsi oleh masyarakat muslim, aspek kehalalan menjadi salah satu atribut yang dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, sertifikat halal dan kesadaran halal dipilih sebagai variabel yang dianalisis untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, sertifikat halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan sertifikat halal belum menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk membeli keripik belut. Jika dikaitkan dengan Teori Perilaku Konsumen Kotler dan Keller (2016), kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui faktor budaya dan faktor sosial. Keripik belut merupakan produk lokal yang telah lama diproduksi dan dikonsumsi oleh masyarakat Sleman serta dikenal sebagai makanan khas daerah. Pengalaman konsumsi yang telah berlangsung lama, rekomendasi dari keluarga maupun lingkungan sosial, serta kepercayaan terhadap produsen lokal menyebabkan konsumen memiliki keyakinan bahwa produk tersebut telah memenuhi ketentuan halal. Akibatnya, keberadaan sertifikat halal belum menjadi pertimbangan utama dalam membentuk minat beli karena

konsumen lebih mengandalkan pengalaman, reputasi produk, dan kepercayaan terhadap pelaku usaha.

Selain itu, konsumen juga cenderung mempertimbangkan atribut lain seperti cita rasa, kualitas produk, harga yang sesuai, kemasan, serta kemudahan memperoleh produk. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor sebagaimana dijelaskan dalam Teori Perilaku Konsumen. Dengan demikian, tidak signifikannya pengaruh sertifikat halal bukan berarti sertifikat halal tidak penting, melainkan karena konsumen telah memiliki persepsi positif terhadap produk keripik belut sehingga perhatian mereka lebih tertuju pada manfaat nyata yang diperoleh dari produk tersebut.

Berbeda dengan sertifikat halal, hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli keripik belut. Temuan ini sejalan dengan Teori Perilaku Konsumen, khususnya pada faktor pribadi (*personal factor*). Faktor pribadi berkaitan dengan pengetahuan, keyakinan, nilai, dan pengalaman individu dalam menentukan pilihan konsumsi. Konsumen yang memiliki tingkat kesadaran halal yang tinggi akan lebih berhati-hati dalam memilih makanan, memperhatikan status kehalalan produk, memahami pentingnya bahan baku dan proses produksi yang sesuai syariat Islam, serta menjadikan nilai-nilai agama sebagai dasar dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu, semakin tinggi kesadaran halal yang dimiliki konsumen, semakin tinggi pula minat mereka untuk membeli keripik belut yang diyakini halal dan aman untuk dikonsumsi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sertifikat halal dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak dibentuk oleh satu variabel saja, melainkan oleh interaksi antara faktor eksternal dan faktor internal. Sertifikat halal merupakan faktor eksternal yang memberikan jaminan formal mengenai kehalalan produk, sedangkan kesadaran halal merupakan faktor internal yang berasal dari pengetahuan, keyakinan, dan komitmen konsumen terhadap ajaran agama. Ketika kedua faktor

tersebut hadir secara bersamaan, keduanya mampu meningkatkan keyakinan konsumen sehingga mendorong munculnya minat beli.

Temuan penelitian ini semakin memperkuat Teori Perilaku Konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), bahwa perilaku pembelian merupakan proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor secara bersamaan. Dalam penelitian ini, faktor pribadi berupa kesadaran halal terbukti lebih dominan dibandingkan faktor eksternal berupa sertifikat halal dalam memengaruhi minat beli konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian keripik belut di Kabupaten Sleman lebih banyak didorong oleh pemahaman dan kesadaran individu terhadap pentingnya mengonsumsi produk halal daripada sekadar keberadaan logo atau sertifikat halal pada kemasan produk.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan minat beli keripik belut tidak cukup hanya dilakukan melalui kepemilikan sertifikat halal, tetapi juga perlu diiringi dengan peningkatan literasi dan edukasi halal kepada masyarakat. Di samping itu, pelaku UMKM tetap harus menjaga kualitas produk, cita rasa, harga yang kompetitif, kebersihan proses produksi, dan membangun kepercayaan konsumen, karena seluruh faktor tersebut merupakan bagian dari perilaku konsumen yang memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, penguatan aspek religius melalui peningkatan kesadaran halal serta penguatan atribut produk secara bersamaan akan mampu meningkatkan minat beli konsumen terhadap keripik belut di Kabupaten Sleman.

C. Hasil Pengumpulan Data

1. Analisis Karakter Responden.

Pada hasil pengumpulan data, memaparkan analisis profil responden yang berisikan deskripsi responden berdasarkan karakteristik yang sudah diidentifikasi dalam penelitian, yaitu jenis kelamin, Domisili, dan tempat tinggal sekarang. Deskripsi responden merupakan gambaran sampel pada penelitian ini, dan data yang disebarkan menggunakan google form berjumlah sebanyak 112 responden.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	frekuensi	Presentase
Laki-Laki	61	53,98%
Perempuan	52	46,02%
Total	113	100%

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 113 responden, diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan laki-laki, yaitu sebanyak 61 orang (53,98%). Sedangkan perempuan berjumlah 52 orang (46,02%). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden laki-laki sedikit lebih banyak dibandingkan perempuan dalam penelitian ini. Komposisi yang relatif seimbang ini menggambarkan bahwa hasil penelitian memiliki representasi yang baik antara kedua jenis kelamin, sehingga dapat mencerminkan persepsi konsumen keripik belut secara umum sudah membeli dan mengonsumsi keripik belut di Kabupaten Sleman.

b. Berdasarkan Domisili

Tabel 4. 2 Berdasarkan Domisili

Domisili	frekuensi	Persentase
Jakarta	13	11,50%
Bandung	26	23,01%
Riau	1	0,88%
Bogor	5	4,42%
Klaten	7	6,19%
Bali	1	0,88%
Cimahi	3	2,65%
Garut	3	2,65%

Batam	1	0,88%
Yogyakarta	36	31,86%
Bekasi	11	9,73%
Mojokerto	1	0,88%
Kalimantan tengah	1	0,88%
Malang	3	2,65%
Palu	1	0,88%

Berdasarkan Domisili, responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai kota yang ada di Indonesia yaitu: Jakarta sebanyak 13 responden (11,50%). Bandung sebanyak 26 responden (23,01%). Riau sebanyak 1 responden (0,88%). Bogor sebanyak 5 responden (4,42%). Klaten sebanyak 7 responden (6,19%). Bali sebanyak 1 responden (0,88%). Cimahi sebanyak 3 responden (2,65%). Garut sebanyak 3 responden (2,65%). Batam sebanyak 1 responden (0,88%). Yogyakarta sebanyak 36 responden (31,86%). Bekasi sebanyak 11 responden (9,73%). Mojokerto sebanyak 1 responden (0,88%). Kalimantan tengah sebanyak 1 responden (0,88%). Malang sebanyak 3 responden (2,65%). Palu sebanyak 1 responden (0,88%). Dari berbagai konsumen keripik belut yang domisilinya masing-masing, sangat relevan dengan konteks penelitian mengenai “pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman”.

c. Berdasarkan Usia

Tabel 4. 3 Berdasarkan Usia

Usia	frekuensi	Persentase
<20 Tahun	3	2,65%
20-25 Tahun	37	32,74%
26-30 Tahun	32	28,32%
>30 Tahun	41	36,28%

Berdasarkan usia. Diketahui bahwa dari total 113 responden

terdapat 3 responden (2,65%) yang berusia kurang <20 Tahun, 37 responden (32,74%) berusia 20-25 Tahun, 32 responden (28,32%) berusia 26-30 tahun, 41 responden (36,28%) yang berusia 41 tahun. Dari berbagai usia konsumen keripik belut, sangat relevan dengan konteks penelitian ini mengenai “pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta”.

d. Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4. 4 Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	frekuensi	persentase
SMA/DERAJAT	50	44,25%
DIPLOMA (D1, D2, D3)	37	32,74%
S1	19	16,81%
S2	5	4,42%
S3	2	1,77%

Berdasarkan data responden tingkatan pendidikan, diketahui bahwa dari total 113 responden terdapat 50 responden (44,25%) yang berpendidikan SMA/SEDERAJAT. 37 responden (32,74%) berpendidikan Diploma (D1, D2, D3), 19 responden (16,81%) berpendidikan S1, 5 responden (4,42%) berpendidikan S2, 2 responden (1,77%) berpendidikan S3. Dari hasil latar belakang pendidikan responden, bahwa tingkatan 50 responden mayoritas banyaknya di tingkatan SMA/Sederajat. Maka dari itu hasil semua responden ini sangat relevan bagi penelitian ini.

e. Berdasarkan apakah anda mengetahui cemilan keripik belut.

Tabel 4. 5 Berdasarkan Mengetahui Keripik Belut

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Iya, saya mengetahui	111	98,23%
Tidak, saya tidak mengetahui	2	1,77%

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 113 responden, 111 responden (98,23%) menyatakan mengetahui cemilan keripik belut,

sedangkan 2 responden (1,77%) yang menyatakan tidak mengetahui keripik belut. Dari hasil diatas menunjukan bahwa presentase responden tingkat pengetahuan terhadap keripik belut sangat tinggi.

- f. Berdasarkan apakah anda mengetahui keripik belut berasal dari Godean.

Tabel 4. 6 Mengetahui Berasa Keripik Belut

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Iya, saya mengetahui	92	81,42%
Tidak, saya tidak mengetahui	21	18,58%

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa 113 responden, 92 responden (81,42%) menyatakan bahwa mengetahui keripik belut berasal dari Godean, sedangkan 21 responden (18,58%) menyatakan bahwa responden tidak mengetahui bahwa keripik belut berasal dari Godean. Dari persentase dan frekuensi menunjukan bahwa sebagian dikit responden yang belum mengetahui asal keripik belut. Oleh karen itu, diperlukan promosi yang lebih intensif untuk memperkuat citra Godean sebagai penghasilan keripik belut di Kabupaten Sleman, yogyakarta.

- g. Berdasarkan apakah anda pernah mengkonsumsi keripik belut.

Tabel 4. 7 Berdasarkan Mengkonsumsi Keripik Belut

pernyataan	frekuensi	presentase
Iya, saya pernah	108	95,58%
Tidak, saya tidak pernah	5	4,42%

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui bahwa 108 responden (95,58%) menyatakan bahwa pernah mengonsumsi keripik belut, sedangkan 5 responden (4,42%) menyatakan bahwa tidak pernah mengonsumsi keripik belut. Dari hasil menunjukan bahwa responden sudah mengonsumsi keripik belut, dikenal dan diterima di kalangan masyarakat umum.

- h. Berdasarkan jikalau pernah mengkonsumsi, berapa kali anda mengkonsumsi keripik belut.

Tabel 4. 8 berdasarkan berapa kali membeli keripik belut

pernyataan	frekuensi	Presentase
Iya pernah 1 kali pembelian	52	46,02%
Belum pernah pembelian keripik belut	6	5,31%
Iya pernah > 1 kali pembelian	55	48,67%

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa 113 responden, 52 responden (46,02%) bahwa responden sudah pernah 1 kali pembelian, 6 responden (5,31%) bahwa responden menyatakan belum pernah pembelian keripik belut, 55 responden (48,67%) menyatakan bahwa responden pernah membeli keripik belut lebih dari satu kali pembelian. Dari hasil diatas menunjukan bahwa keripik belut memiliki potensi pasar yang baik.

- i. Berdasarkan menurut anda keripik belut termasuk daya saing UMKM di Godean.

Tabel 4. 9 Berdasarkan Daya Saing UMKM

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat bersaing	62	54,87%
Cukup bersaing	49	43,36%
Kurang bersaing	0	0,00%
Tidak bersaing	2	1,77%

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui bahwa 113 responden, terdiri dari. 62 responden (54,87%) menyatakan bahwa keripik belut sangat bersaing sebagai produk UMKM di Godean, 49 responden (43,36%) menunjukan bahwa cukup keripik belut cukup bersaing UMKM di Godean,

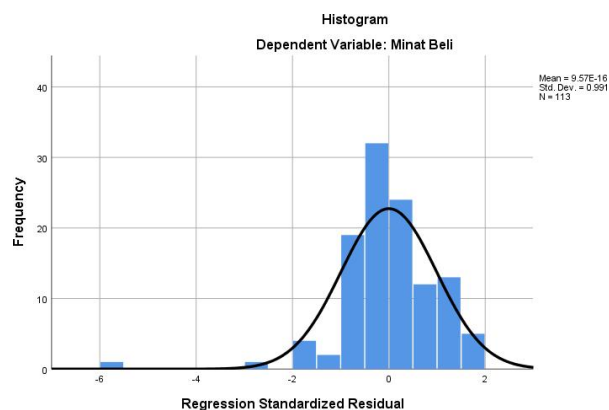
tidak ada responden (0,00%) menyatakan kurang nya saing keripik belut UMKM di Godean, dan hanya 2 responden (1,77%) menyatakan tidak bersaing di UMKM Godean.

D. Analisis Data

Analisis ini dilakukan dengan IBM SPSS Statistic atau yang disebut aplikasi SPSS terdiri dari lima bagian. Pertama, Uji Asumsi Klasik terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastitas, dan uji multikolineritas. Kedua uji T atau Uji parsial. Ketiga, uji regresi linear berganda. Keempat, Uji F. kelima, Koefisien determinasi. Dari lima uji bertujuan untuk memprediksi hubungan antara variabel dan menguji hipotesis.

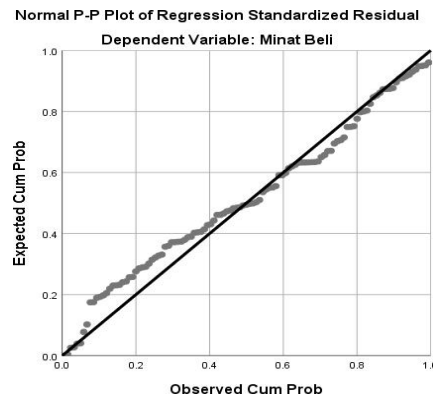
1. Uji asumsi klasik.

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Analisis regresi yang tidak didasarkan pada OLS, maka demikian itu tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal.



Gambar 4. 1 Hasil Dari Histogram

Dari gambar histogram diatas bentuknya menyerupai kurva lonceng. Sebagian besar data menuju ditengah dan menyebar ke kiri serta ke kanan. Garis kurva normal hitam mengikuti pola batang histogram. Maka dari itu walaupun sedikit pencilan (outlier) dibagian kiri sekitar -6, secara umum masih dinyatakan normal.



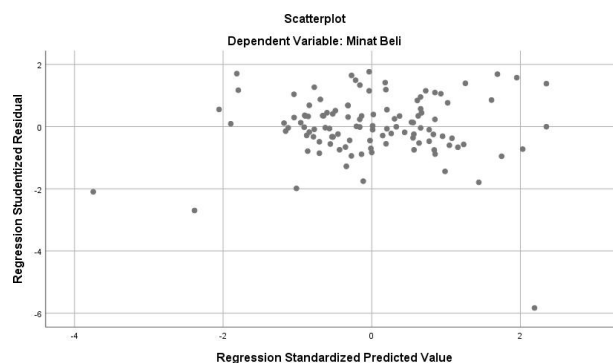
Gambar 4. 2 Hasil Dari P-Plot

gambar p-p plot ini menyatakan bahwa titik titik residual sebagian besar berada di sekitar dan mengikuti garis diagonal, penyebaran diatas tidak jauh menyimpang dari garis. Pada grafik ini, titik-titik masih cukup mengikuti garis diagonal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Maka dari itu peneliti menyimpulkan dari dua gambar diatas, bahwa hasil uji normalitas menggunakan histogram dan normal p-p plot, diketahui bahwa membentuk pola yang mendekati kurva normal dan sebagian besar titik pada grafik p-p plot mengikuti garis diagonal. Dalam kondisi tersebut bahwa menunjukkan residual dalam model regresi distribusi normal. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi salah satu uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, sehingga model layak digunakan untuk menguji hipotesis.

2. Uji heteroskedastisitas.

Dalam uji heteroskedastisitas, diperiksa apakah ada perbedaan yang tidak sama antara satu residu dan pengamatan lain. Salah satu model regresi yang memenuhi persyaratan adalah bahwa ada kesamaan dalam varians antara residu dari satu pengamatan dan lainnya yang disebut homoscedasticity. Gambar 3.5 scatterplot



Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual ini menyebar secara acak diatas dan dibawah. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas sehingga memenuhi syarat uji asumsi klasik.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dirancang untuk menentukan apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel independen hubungan antara variabel independen dan variabel dependen terganggu.

Coefficients ^a			
Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.674	1.485
	X2	.674	1.485

a. Dependent Variable: Y

Gambar 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa variabel sertifikat halal (X1) dan Kesadaran halal (X2). Dengan masing-masing nilai tolerance colinearity sebesar 0,674 yang $> 0,10$ serta nilai Variance Inflation factor (VIF) sebesar 1,485 yang $< 0,10$. Hasil tersebut bahwa tidak menunjukkan gejala multikolinearitas antara variabel independen. Oleh karena itu, model regresi telah memenuhi asumsi klasik multikolinearitas dan layak digunakan untuk menguji

pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

4. Uji regresi linear berganda

Hipotesis dalam penelitian ini di uji menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen sertifikat halal dan kesadaran halal (X1, X2) terhadap variabel dependen minat beli (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	39.130	12.775		.003
	Sertifikat halal	.268	.144	.195	.065
	Kesadaran Halal	.314	.111	.296	.006

a. Dependent Variable: Minat Beli

Gambar 4. 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian linear berganda menunjukan sebagai berikut: Minat Beli = $39,130 + 0,268 \text{ Sertifikat Halal} + 0,314 \text{ Kesadaran Halal}$

Keterangan:

Y: Minat Beli

X1: Sertifikat Halal X2: Kesadaran Halal

Dari hasil ini menunjukan bahwa variabel sertifikat halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Dengan nilai (Sig) $0,065 > 0,05$. Bahwa sertifikat halal belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan minat beli, namun konsumen lebih cenderung faktor lain seperti rasa, kualitas, dan harga.

Berdasarkan regresi linear berganda tersebut, jika dilihat dari koefisien regresinya, kesadaran halal (0,314) memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan sertifikat halal (0,268). Berdasarkan uji t, variabel kesadaran halal yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan sertifikat halal tidak berpengaruh signifikan.

5. Uji T

Dalam penelitian ini uji T dilakukan untuk menguji hipotesis pada penelitian untuk menguji pengaruh dari setiap variabel. Dengan tujuan dari

menguji t untuk mengetahui apakah ada tidaknya variabel indenpenden berpengaruh terhadap variabel dependen.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.130	12.775		3.063	.003
	Sertifikat halal	.268	.144	.195	1.863	.065
	Kesadaran Halal	.314	.111	.296	2.831	.006

a. Dependent Variable: Minat Beli

Gambar 4. 6 Hasil Uji T

Berdasarkan nilai koefisien regresi variabel sertifikat halal (X1) sebesar 0,268, dan hasil uji t hitung 1,863 dengan nilai (sig) 0,065. Nilai signifikan ($0,065 > 0,05$) sehingga pengaruh sertifikat halal terhadap minat beli tidak signifikan. Maka H1 sertifikat halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ditolak, sedangkan H0 diterima, yang artinya variabel sertifikat halal tidak dipengaruhi signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan nilai koefisien regresi variabel kesadaran halal (X2) 0,314. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung 2,831 dengan signifikansi 0,006. Karena nilai (Sig) ($0,006 < 0,05$), maka variabel kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Oleh karena itu H2 pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli diterima sedangkan H0 ditolak.

6. Uji F

Uji f dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil keseluruhan pada variabel x secara simultan berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel Y

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1744.905	2	872.453	13.000	.000 ^b
	Residual	7382.157	110	67.111		
	Total	9127.062	112			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Gambar 4. 7 Hasil Uji F

Berdasarkan hasil uji f ini, nilai f 13.000 dengan nilai sig 0,000. Karena nilai sig $< 0,05$. Dengan taraf ($0,000 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa

variabel sertifikat halal (X1) dan kesadaran halal (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli (Y). Maka dari itu H3 diterima dan H0 ditolak, yang berarti sertifikat halal dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

7. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi merupakan variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan model statistik. Tujuan koefisien adalah untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen atas persamaan dari nilai regresi.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.437 ^a	.191	.176	8.19210

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Gambar 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,191. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sertifikat Halal dan Kesadaran Halal secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 19,1%, sedangkan sisanya sebesar 80,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dari nilai koefisien determinasi relatif kecil, hasil uji f menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

E. Pembahasan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh peneliti, selanjutnya dilakukan pembahasan untuk menjelaskan pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dengan menggunakan teori perilaku konsumen (consumer behavior). Pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan hasil pengujian struktural secara mendalam serta mengaitkan dengan teori dan hasil penelitian terdahulu, sehingga dapat

memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai perilaku konsumen yang sudah mengonsumsi keripik belut.

1. Sertifikat halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman. Diketahui nilai signifikansi 0,065 maka ($0,065 > 0,05$) sehingga variabel sertifikat halal (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Cahyani et al., 2023) yang menyatakan bahwa minat konsumen dalam membeli Ai-Cha Ice Cream & Tea summarecon bekasi tidak dipengaruhi oleh kehalalan sebagai produk. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian (Yanti & Darwanto, 2021) (Cahyani et al., 2023) menyatakan bahwa sertifikat halal tidak berpengaruh terhadap minat beli.
2. Dikarenakan pada dasarnya produk keripik belut sudah terbelang halal karena bahan dasar pembuatan dari produk ini adalah belut, tepung, minyak, dan bumbu – bumbu penyedap. Sedangkan faktor lain nya adalah citra rasa produk, kualitas produk, dan harga nya. Oleh karena itu, sertifikat halal hanya memberikan nilai tambah dan jaminan kehalalan produk keripik belut. Kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman. Dengan nilai koefisien 0,314, Nilai t hitung 2,831, nilai signifikan ($0,006 < 0,05$).

Hasil yang signifikan ini membuktikan bahwa faktor internal dari diri konsumen, yaitu dari tingkat pemahaman, pengetahuan, dan kepekaan terhadap pentingnya mengonsumsi minat beli. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ummah et al., 2023) bahwa semakin sadarnya konsumen terkait kehalalan produk maka akan meningkatkan minat beli suatu produk. Dan adapula yang sejalan dengan penelitian (Hervina et al., 2021) bahwa kesadaran halal pada konsumen muslim menjadi faktor pendukung apakah konsumen akan memiliki minat beli atau tidak pada suatu produk makanan, konsumen muslim yang memiliki kesadaran halal yang tinggi maka minat beli pada produknya makanan halal akan meningkat.

3. Sertifikat halal dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Berdasarkan hasil uji f yang ditunjukkan pada tabel output ANOVA, diperoleh nilai f- hitung sebesar 13,000 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 untuk menentukan apakah variabel independen berpengaruh secara simultan.

Pengaruh simultan yang signifikan ini mengindikasikan bahwa ketika suatu produk kuliner dikombinasikan antara kepemilikan jaminan legalitas berupa sertifikat halal yang jelas serta didukung oleh tingginya kesadaran halal dari internal konsumen, maka hal tersebut akan menjadi simultan yang sangat kuat dalam menggerakkan niat dan keputusan pembelian konsumen.

Dalam penelitian ini sejalan dengan (nurhasanah. 2020) yang menyatakan bahwa sertifikat halal dan kesadaran halal merupakan bauran penentuan yang tidak dapat dipisahkan dalam membentuk persepsi positif pasar. Ketika kedua variabel bergerak ke arah yang lebih secara kolektif, maka tingkat kepercayaan konsumen akan meningkat drastis.

4. Minat beli perspektif Islam.

Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa untuk mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkatan kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Pernyataan ingin membeli-tidak membeli, akan membeli-tidak akan membeli, akan membeli ulang -tidak akan melakukan membeli ulang (Hidayat & Resticha, 2019) (Ummah et al., 2023). Sedangkan dalam perspektif islam bahwa minat beli kecenderungan atau keinginan seorang untuk memiliki dan menggunakan suatu barang atau jasa yang didasarkan kebutuhan, manfaat, dan kesesuaian dengan syariat islam.

Minat beli bukan hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, dan faktor sosial, akan tetapi terdapat nilai-nilai religius yang menjadikan pedoman dalam setiap aktivitas muamalah. Seorang muslim dianjurkan untuk mempertimbangkan aspek kehalalan produk, kualitas barang, dan manfaat yang diperoleh.

Dalam agama islam mengajarkan bahwa seorang muslim tidak dianjurkan untuk berlebih-lebihan dalam membelanjakan hartanya, melainkan membeli sesuai kebutuhan dan kemampuan. Minat beli yang baik menurut

islam adalah minat yang didasarkan pada kebutuhan yang wajar, manfaat yang jelas, dan sesuai dengan prinsip

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya “wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata (Qs al-baqarah 168)”

Dari dalil diatas menjelaskan bahwasanya membeli suatu produk makanan yang tidak haram, baik zatnya maupun cara memperolehnya. Seorang muslim harus memperhatikan aspek kehalalan (thayyib) dalam memilih produk yang dibeli dan dikonsumsi.

Adapun dalil yang lain nya dari surah An-nisa ayat 29:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya “wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya allah adalah penyayang kepadamu. (Qs An-nisa ayat 30)”

Dari ayat diatas menegaskan bahwa transaksi jual beli harus dilakukan secara sukarela dan jujur. Dalam minat beli, bahwa konsumen membeli suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas, promosi, atau citra merek, akan tetapi melihat dari segi nilai-nilai agama seperti kehalalan produk, kejujuran dalam pemasaran, dan kesesuaian dengan ajaran islam. Oleh karena itu, minat beli seorang muslim akan semakin tinggi apabila produk yang ditawarkan ke konsumen memenuhi aspek halal, berkualitas, dan memberikan manfaat bagi kehidupan.

Selain dari al-qur'an, minat beli juga diperkuat dalam hadist Rasulullah SAW. Dalam hadist sahih bukhari dan sahih muslim, nabi bersabda “sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas, dan di antara keduanya terdapat perkara-perkara syubhat (syubhat)” (HR. Sahih Bukhari dan Shahi Muslim). Hadist diatas menunjukkan bahwa seorang muslim dianjurkan memilih produk yang jelas kehalalannya, sehingga dapat

mempengaruhi minat beli atau keputusan pembelian secara positif.

Peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa minat beli kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk yang didasarkan pada kebutuhan, manfaat, kehalalan, dan prinsip keseimbangan dalam mengkonsumsi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta” serta hasil analisis SPSS yang dilaporkan pada bab IV, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh sertifikat halal terhadap minat beli keripik belut. Dengan nilai T-hitung sebesar 1,863 tingkatan signifikansi $0,065 > 0,05$. Nilai koefisien regresi sebesar 0,268. Meskipun nilai koefisien menunjukkan arah hubungan positif terhadap minat beli. Hasil ini menunjukkan bahwa sertifikat halal terhadap minat beli tidak signifikan atau ditolak hipotesis satu.
2. Pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut. Dengan nilai koefisien 0,314 arah hubungan positif dan nilai t-hitung 2,831 tingkat signifikansi besar 0,006. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$). Bahwa kesadaran halal merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat beli konsumen muslim terhadap produk keripik belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.
3. Sertifikat halal dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh terhadap minat beli keripik belut. Nilai f-hitung sebesar 13,000 tingkat signifikan 0,000. Karena lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Yang menunjukkan bahwa variabel sertifikat halal dan kesadaran halal bersama-sama mampu meningkatkan minat beli terhadap keripik belut, di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “pengaruh sertifikat halal dan kesadaran halal terhadap minat beli keripik belut di Kabupaten sleman, Yogyakarta. Maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Akademik / teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan perilaku konsumen (consumer behavior) yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016). Khususnya bahwa faktor pribadi berupa kesadaran halal memiliki peran penting dalam membentuk minat beli konsumen. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai perilaku konsumen muslim dengan menambahkan variabel lainnya seperti religiusitas, kepercayaan konsumen, kualitas produk, harga, dan citra merek. Adapun saran untuk peneliti selanjutnya bahwa menggunakan pendekatan mixed method atau kualitatif untuk menggali alasan mengapa sertifikat halal belum menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat beli konsumen.

2.. Saran Praktis

Bagi pihak Universitas dan lembaga Pendidikan, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar upaya meningkatkan sertifikat halal dan kesadaran halal melalui:

- a. Pelaku usaha terus meningkatkan edukasi mengenai kehalalan produk kepada konsumen melalui kemasan, media sosial, dan promosi produk.
- b. Pemerintah dan BPJPH perlu meningkatkan sosialisasi mengenai pentingnya sertifikat halal bagi konsumen maupun pelaku UMKM
- c. Konsumen diharapkan lebih memperhatikan aspek kehalalan produk sebelum melakukan pembelian baik melalui logo ataupun informasi

3. Saran Majelis Ulama Indonesia

Bagi pihak Majelis Ulama Indonesia hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar upaya meningkatkan sertifikat halal dan kesadaran halal melalui:

- a. Majelis Ulama Indonesia harus meningkatkan program edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya sertifikat halal kepada masyarakat, khususnya terkait makna, fungsi, dan manfaat.
- b. Majelis Ulama Indonesia (MUI) perlu memperkuat literasi halal melalui seminar, pelatihan, dan kampanye digital. Untuk memahami proses halal dan pentingnya memilih produk yang telah terjamin kehalalannya.
- c. Majelis Ulama Indonesia (MUI) diharapkan dapat berkolaborasi dengan BPJPH, pemerintah daerah, dan pelaku UMKM dalam mendukung

kebijakan pemerintah agar untuk masyarakat Indonesia tidak salah mengkonsumsi produk makanan.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil dan dalam pengembangan penelitian selanjutnya. Keterbatasan tersebut antara lain:

- a. Variabel yang digunakan masih terbatas pada teori perilaku konsumen (consumer behavior) sertifikat halal dan kesadaran, untuk peneliti selanjutnya mencoba menggunakan atau menggabungkan variabel lain nya seperti: harga, kualitas produk, dan brand. Dengan menggunakan teori perilaku konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, A. S., Faturrahman, & Khair, W. H. (2021). Komposisi Bakteri Saluran Pencernaan Belut Rawa (*Synbranchus Bengalensis*). *Jurnal Bionature*, 22(1), 29–35.
- Cahyani, R., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). PERAN LABELISASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AI-CHA ICE CREAM & TEA SUMMARECON BEKASI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2258– 2273. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.747>
- Cupian. (n.d.). Pengaruh Sertifikat Halal, Kesadaran Halal dan bahan makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Masyarakat Muslim di Kota Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 2023, 135-142.
- Djakasaputra, A., Juliana, Aditi, B., Fachrurazi, & Mas'ad, M. A. (2023). The Influence of Halal Certification, Halal Awareness, and Brand Image on Interest in Buying Halal Food Products: An Empirical Study of Consumers in Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 7(2), 103–115. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v7i2.2003>
- Dwi putri pratiwi. (n.d.). (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi Vol.X No.1 Maret 2023 ISSN: 2252-5483, E-ISSN:2715-8594*
- Hamdani, A., Sari, N., & Umuri, K. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC) (Vol. 17).
- Irawan+et+al+2020. (n.d.). Pembuatan Bakso Belut (*Monopterus albus*). Pembuatan Bakso Belut (*Monopterus albus*) *Jurnal Ilmu Perikanan dan Kelautan*, Vol. 2(1): 32-36, Maret 2020
- Jibril, & Ahmad. (2021). Teori Prilaku Konsumen. Pt Nasya Expanding Management.

- Kotler dan amstrong. (n.d.). (2021)Principles of Marketing. file:///C:/Users/A%20S%20U%20S/Downloads/Kotler%20dan%20amstrong. Pdf
- Lubis, M., & Dermina, A. (n.d.). Sertifikasi Halal pada Produk Makanan. Jurnal EL-THAWALIB VOL. 2 NO. 3. JUNI 2021
- Muntholip, A., Setiawan, N., & Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al Rosyid Bojonegoro, S. (n.d.). (2023) JUMANSI: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature Review Afiliation. Retrieved <https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi>
- Romizul Fikri, S. (2025). Pengaruh Literasi Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Makanan dan Minuman pada Masyarakat Jakarta Timur. Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 8(1).
- Rosa Faramitha Manajemen, N., & Yasa Anggana Garut, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI (STUDI KASUS PADA SMARTPHONE SAMSUNG DI NEO KOMUNIKA). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 10(1).
- Rozi, C. (2025). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran All You Can Eat di Kota Surabaya. In Syntax Admiration (Vol. 6, Number 1).
- Susanti, I., & Handayati, R. (n.d.) (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK BATIK JETIS DI SIDOARJO. In Jurnal Ilmiah Edunomika ± (Vol. 05, Number 02).
- Syam, I., Hafid, A., & Abd Salam, H. (2025). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatkan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Konsumen AHA Food di Kota Watampone). Jurnal Al-Istishna, 1(2), 136–148. <https://doi.org/10.58326/jai.v1i2.308>
- Ummah, A. C., Bahrudin, Moh., & Hilal, S. (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan. Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS), 4(4), 1113–1119.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Kepada yang terhormat bapak/ibu, saudara/i

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala Puji dan Syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-nya kepada kita semua. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan nabi Muhammad SAW.

Perkenalkan saya Bintang Abdul Rahmanto, mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Agama Islam, Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan berjudul “pengaruhSertifikat Halal dan Kesadaran Halal terhadap minat Beli Keripik Belut di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.” Guna menyelesaikan tugas akhir.

Dengan segala hormat dan kerendahan hati, saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i/teman-teman. Untuk mengisi angket yang telah disediakan agar dapat membantu kelancaran penelitian ini. Seluruh jawaban yang bapak/ibu/saudara/i/teman-teman, Berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik semata.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Peneliti

Dosen Pembimbing

Bintang Abdul Rahmanto

Dr. Anton Priyo Nugroho.S.E., M.M.

Lampiran 2 Lembar Persetujuan

Lembar Persetujuan

A. Identitas Responden

Dalam kuesioner ini terdapat beberapa pertanyaan, dan pertanyaan tersebut dapat diselesaikan dalam waktu 5-10 menit. Dalam pengisi kuesioner ini responden diharapkan untuk membaca setiap petunjuk yang tersedia dan dimohon untuk mengisi dengan teliti. Lingkari salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai.

1. Nama:

2. No. Telp/WA:

3. Domisli:

4. Jenis Kelamin:

A. Laki-Laki

B. Perempuan

5. Usia:

A. < 20 Tahun

B. 20-25 Tahun

C. 26-30 Tahun

D. > 30 Tahun

6. Pendidikan Terakhir:

A. SMA/SEDERAJAT

B. Diploma (D1/D2/D3)

C. S1

D. S2

E. S3

7. Apakah anda mengetahui cemilan keripik belut?

A. Iya. Saya mengetahui

B. Tidak. Saya tidak mengetahui

8. Apakah anda mengetahui kalau keripik belut berasal dari godean?

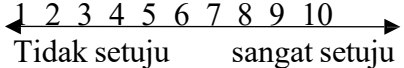
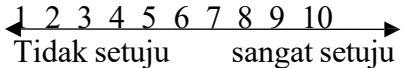
A. Iya. Saya mengetahui

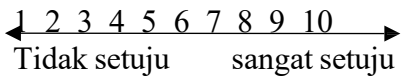
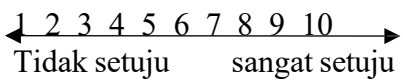
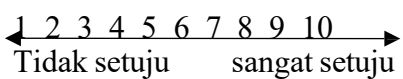
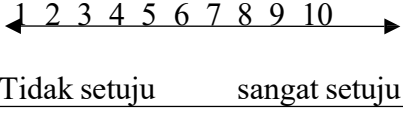
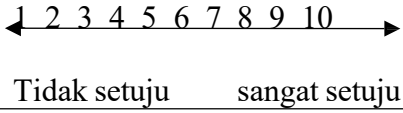
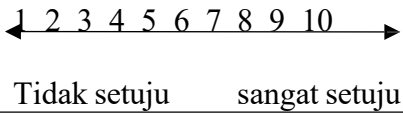
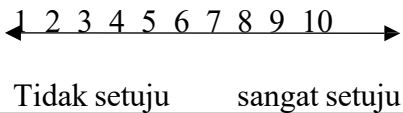
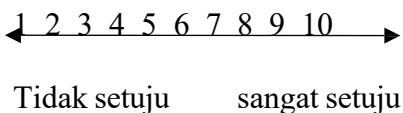
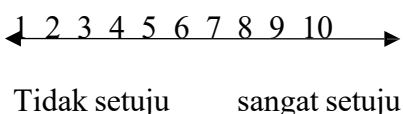
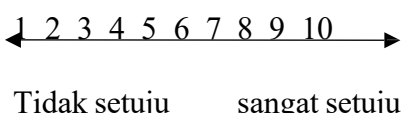
B. Tidak. Saya tidak mengetahui

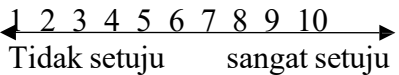
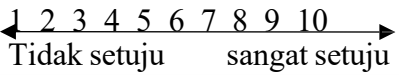
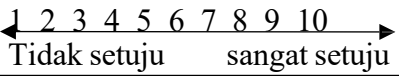
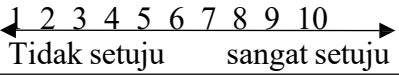
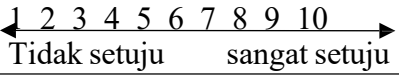
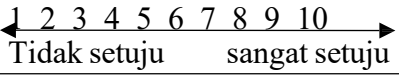
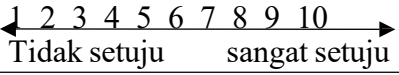
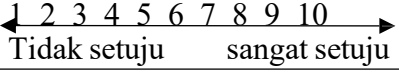
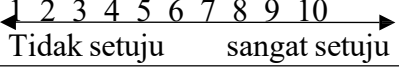
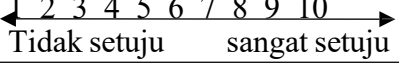
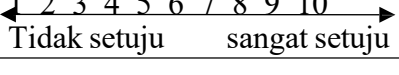
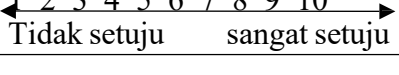
9. Apakah anda pernah mengkonsumsi keripik belut?
- Iya. Saya pernah
 - Tidak. Saya tidak pernah
10. Jikalau pernah mengkonsumsi, berapa kali anda mengkonsumsi keripik belut?
- Iya pernah. 1 kali pembelian
 - Belum pernah membeli keripik belut
 - Iya pernah > 1 kali pembelian.
11. Menurut anda, keripik belut termasuk daya saing UMKM di godean?
- Sangat bersaing
 - Cukup bersaing
 - Kurang bersaing
 - Tidak bersaing

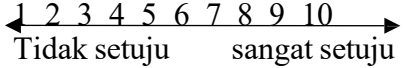
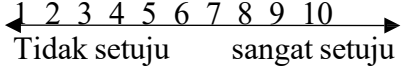
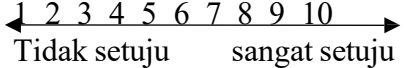
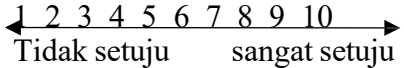
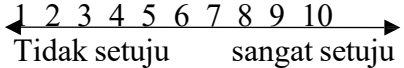
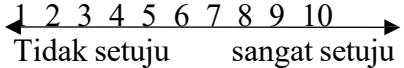
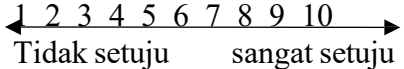
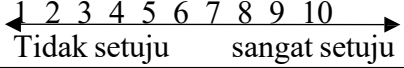
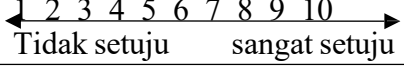
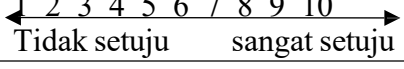
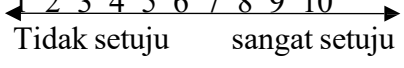
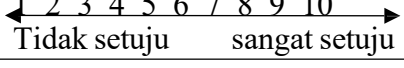
Intruksi penelitian.

- Berilah jawaban pertanyaan dengan memilih kolom yang tersedia sesuai kondisi yang dialami dengan ketentuan berikut.
- Pilihlah kolom jawaban yang tersedia mulai dari 1 hingga 10 sesuai dengan pendapat anda.
 - Apabila setuju maka berikan tanda yang menunjukkan nilai yang semakin tinggi ke kanan. Semakin mendekati angka 10 maka anda setuju dengan pernyataan yang diajukan
 - Apabila anda tidak setuju maka berikan tanda pada angka yang menunjukkan nilai yang semakin rendah kekiri. Semakin mendekati angka 1 maka anda semakin tidak setuju

Sertifikat halal		
1.	Saya lebih yakin membeli keripik belut yang memiliki sertifikat halal dari lembaga resmi	
2.	Legalitas lembaga sertifikasi halal mempengaruhi minat saya membeli keripik belu	

3.	Saya percaya kualitas keripik belut lebih terjamin jika memiliki sertifikat halal dari LPPOM/MU	
4.	Keberadaan lembaga halal yang diakui pemerintah meningkatkan keinginan saya membeli keripik belut	
5.	Saya tertarik membeli keripik belut yang mencatumkan label halal pada kemasan	
6.	Nomor sertifikat halal pada kemasan membuat saya lebih percaya terhadap produk	
7.	Saya merasa lebih aman membeli keripik belut yang memiliki informasi halal lengkap	
8.	Keterangan sertifikat halal yang jelas meningkatkan minat beli saya terhadap keripik belut	
9.	Saya lebih berminat membeli keripik belut yang disertifikasi oleh Lembaga LPPOM/MU	
10.	Akreditasi Lembaga LPPOM/MUI sertifikat halal meningkatkan kepercayaan saya terhadap keripik belut	
11.	Saya percaya produk keripik belut lebih berkualitas jika sertifikat halalnya berasal dari Lembaga LPPOM/MUI	
12.	Reputasi Lembaga LPPOM/MUI sertifikat halal mempengaruhi minat beli saya terhadap keripik belu	

Kesadaran Halal		
1.	Kesadaran saya terhadap kewajiban mengonsumsi makanan halal meningkatkan minat membeli keripik belut halal	
2.	Nilai Agama mempengaruhi keputusan saya dalam membeli keripik belut halal	
3.	Kehalalan produk menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli keripik belut	
4.	Saya merasa lebih yakin membeli keripik belut yang memiliki jaminan halal.	
5.	Saya khawatir keripik belut tidak halal jika proses penggorengan tidak higienis	
6.	Saya percaya produk halal memiliki kualitas dan yang lebih baik	
7.	Saya merasa aman membeli keripik belut yang memiliki label halal	
8.	Kebersihan proses produksi meningkatkan minat saya membeli keripik belut	
9.	Informasi bahan dan proses produksi mempengaruhi minat beli saya terhadap keripik belut	
10.	Saya tertarik membeli keripik belut yang menjelaskan proses halal pada kemasan	
11.	Penjelasan proses pengolahan halal meningkatkan keyakinan saya untuk membeli keripik belut	
12.	Saya lebih memilih keripik belut yang transparan mengenai proses kehalalan produknya	

Minat Beli		
1.	Saya memiliki keinginan untuk membeli keripik belut dalam waktu dekat	
2.	Saya tertarik mencoba keripik belut sebagai makanan ringan	
3.	Kesadaran saya terhadap pentingnya produk halal meningkatkan keinginan membeli keripik belut	
4.	Sertifikat halal membuat saya lebih yakin untuk membeli keripik belut	
5.	Saya akan menyarankan orang lain untuk mencoba keripik belut	
6.	Saya akan memberikan pendapat positif tentang keripik belut yang hala	
7.	Kesadaran terhadap produk halal membuat saya ingin membagikan informasi tentang keripik belut yang halal	
8.	Saya tertarik mengajak orang lain membeli keripik belut yang bersertifikat halal	
9.	Saya lebih memilih keripik belut yang memiliki sertifikat halal dibanding produk lain	
10.	Saya lebih tertarik pada keripik belut halal dibandingkan makanan ringan sejenisnya	
11.	Kesadaran halal membuat saya cenderung memilih keripik belut yang bersertifikat halal dibandingkan produk lain	
12.	Saya memiliki ketertarikan lebih terhadap keripik belut yang terjamin kehalalannya	

Lampiran 3 Hasil Olahdata Penelitian

1. Variabel Sertifikat Halal (X)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
8	8	8	8	8	8	8	4	8	8	4	8
10	9	9	9	10	10	9	5	9	9	8	9
10	10	9	9	6	5	5	8	6	8	7	5
9	10	9	10	9	10	10	8	10	10	10	10
10	10	10	10	9	5	10	9	10	9	10	9
10	10	9	10	9	10	9	10	10	9	10	9
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	8	8
10	8	9	8	9	8	8	9	10	8	10	8
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
10	10	10	10	8	8	8	8	8	8	9	9
9	10	9	8	10	9	10	8	10	9	8	8
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
9	10	10	9	9	10	10	9	9	10	10	9
10	10	10	9	8	8	10	9	9	10	10	10
10	10	10	9	9	10	9	9	9	9	9	9
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
10	8	10	8	9	7	9	9	10	9	7	9
10	4	9	6	3	4	8	5	7	10	10	7
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
8	8	7	7	10	7	7	7	7	7	7	7
10	10	10	10	9	10	10	9	10	10	10	9
10	10	10	10	10	10	10	10	9	8	5	10
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
8	10	8	9	8	8	10	10	10	10	10	6
9	9	10	9	10	10	6	7	9	10	9	10
10	8	8	9	7	6	7	8	9	8	10	9
9	8	10	9	8	10	8	6	7	10	10	9
9	8	10	7	10	8	10	9	6	5	6	7
10	8	8	8	10	8	9	8	8	8	7	6
10	10	8	7	8	9	6	5	7	8	8	8
10	8	9	9	9	8	7	8	8	8	8	8
8	10	9	10	9	9	9	8	10	8	9	9
8	10	10	7	9	8	9	8	7	8	10	9
9	8	10	8	10	10	10	10	10	10	8	9
8	7	6	5	10	6	8	9	9	9	10	8
9	8	10	10	8	8	10	10	8	8	8	8
7	8	10	7	8	10	8	10	10	8	10	8

9	8	10	10	6	10	10	9	8	10	9	9
10	10	8	7	8	8	9	10	8	9	8	9
10	9	8	9	8	7	10	9	10	9	10	9
10	6	8	7	9	8	9	8	9	8	7	8
7	8	9	9	10	9	9	10	10	10	10	9
8	7	10	10	8	10	10	9	10	9	9	10
8	8	9	10	9	8	7	8	9	8	9	7
7	10	10	6	9	10	6	10	8	9	10	10
10	8	9	10	9	10	8	7	10	10	9	5
10	10	8	9	10	9	8	7	7	10	10	10
10	10	7	8	10	10	10	6	10	10	5	4
9	8	10	8	9	10	10	10	10	10	7	7
10	10	10	10	10	10	10	10	10	9	8	8
8	10	8	10	10	9	10	8	8	5	7	10
10	8	10	9	10	10	8	10	10	9	8	7
9	10	10	9	8	10	8	10	10	8	10	8
10	8	10	9	8	7	9	10	8	8	10	9
10	9	8	10	10	10	8	10	8	10	8	10
10	8	10	9	8	10	10	10	10	9	10	10
10	8	10	7	9	10	8	10	9	9	10	10
10	9	10	8	9	10	8	9	9	10	10	10
5	10	7	8	9	10	8	9	10	10	10	10
6	7	10	8	9	10	8	8	10	7	10	8
8	10	8	8	9	10	8	9	10	9	10	9
8	7	10	8	9	10	8	10	8	8	10	10
10	9	8	10	9	10	7	8	8	9	10	9
9	10	9	8	8	10	7	8	7	10	8	8
10	7	8	8	10	10	6	8	8	8	10	8
10	7	8	9	10	10	7	8	8	10	8	8
7	8	9	8	6	10	8	10	8	8	10	8
10	10	9	8	7	10	9	10	7	10	9	8
7	9	10	10	8	10	8	8	7	9	9	10
8	10	8	9	8	8	8	8	10	10	10	10
8	10	8	10	8	8	10	8	10	9	8	8
10	8	10	10	10	8	8	10	8	8	8	9
8	8	8	10	8	8	8	10	8	9	8	8
9	9	8	10	8	8	8	10	9	8	8	7
8	10	10	10	8	8	8	7	10	9	8	8
7	9	10	8	10	8	10	8	10	8	8	8
8	10	10	10	8	8	8	9	9	9	8	10
8	9	9	8	10	8	10	8	10	8	10	8
8	10	10	10	8	10	8	8	9	9	8	8

8	8	9	10	8	8	9	10	9	8	8	9
8	8	8	9	10	8	8	8	10	9	8	8
10	10	7	9	10	9	8	10	9	8	9	10
8	8	10	10	10	10	10	7	8	9	10	8
8	8	10	8	10	7	10	10	6	7	8	8
8	8	10	8	10	6	10	8	8	8	8	8
8	10	8	8	10	6	8	5	9	10	9	8
10	8	8	8	10	8	10	6	7	7	7	8
10	9	9	8	10	9	8	8	8	8	8	8
10	9	9	8	10	7	8	8	10	8	8	8
10	9	9	8	10	6	8	10	8	8	8	8
9	10	9	8	10	5	8	8	10	8	8	8
10	9	9	8	10	6	8	10	8	8	8	8
10	9	9	8	10	7	8	8	10	8	8	8
8	9	9	8	10	10	10	10	8	8	8	8
9	9	9	8	8	10	8	8	8	8	10	8
9	10	8	9	9	8	8	10	10	10	10	8
9	10	9	7	9	8	8	10	10	10	10	10
9	10	10	7	9	8	8	10	8	10	10	9
9	10	9	7	9	8	8	10	6	9	10	9
9	10	8	7	9	8	8	10	8	9	10	9
9	10	7	7	9	8	8	10	6	9	10	9
9	10	6	7	9	8	8	10	6	9	10	9
9	10	7	7	9	8	8	10	8	9	10	9
9	10	8	7	9	8	8	10	9	9	10	9
9	10	9	7	9	8	8	10	8	9	10	9
9	10	8	7	9	8	8	10	7	9	8	9
9	10	9	7	9	8	8	10	6	9	8	10
9	10	8	7	9	8	8	10	10	8	8	10
9	10	9	7	9	8	8	10	8	7	8	10
9	10	9	7	9	8	8	10	8	6	8	10
9	10	9	7	9	8	8	10	8	10	8	10
9	10	9	7	9	8	8	10	8	10	8	10
7	8	8	7	9	8	8	8	8	8	8	8

2. Variabel Kesadaran Halal (X2)

X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	X2. 10	X2. 11	X2. 12
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	4	8
9	9	10	9	7	9	9	9	8	9	9	8
6	10	9	8	5	8	8	7	10	9	6	9
10	9	10	10	8	10	10	9	10	10	10	10
9	10	10	10	9	10	7	10	10	9	10	10
10	9	10	9	9	10	10	10	9	10	9	10
10	10	9	9	9	7	8	10	10	10	10	10
8	8	9	8	9	8	9	9	9	9	9	8
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
9	9	8	10	10	10	9	9	10	10	10	9
7	9	9	9	8	7	9	9	9	9	6	8
10	9	9	10	10	8	10	10	10	10	10	10
9	9	8	9	10	10	10	10	9	9	7	8
9	8	10	10	9	10	10	9	9	9	10	9
9	7	9	9	10	9	9	10	10	9	9	9
10	5	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
10	9	9	9	10	9	10	10	8	9	10	10
6	5	7	8	6	4	5	7	7	8	5	7
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
7	7	7	7	7	10	7	7	7	7	7	7
9	10	10	10	10	10	10	9	9	9	9	10
9	10	10	8	7	9	10	10	9	10	9	7
9	10	10	10	9	10	10	10	10	10	10	10
7	8	7	9	10	9	8	7	6	8	10	10
9	8	9	9	8	9	9	10	9	10	9	10
9	9	9	9	9	9	8	9	8	9	8	9
10	8	7	10	2	9	8	6	7	7	8	9
8	9	8	7	6	6	5	10	6	7	8	8
7	8	10	8	9	8	7	9	8	7	9	8
9	9	8	10	8	10	8	9	7	9	8	9
8	9	9	9	9	9	10	9	8	6	7	8
8	7	8	9	8	9	8	7	7	10	8	9
10	8	8	10	10	10	8	9	9	8	7	8
9	10	8	7	6	5	10	4	6	7	7	7
8	8	8	8	8	8	8	10	10	8	8	9
8	8	8	8	5	6	7	7	10	10	10	8
10	9	10	9	10	6	7	6	7	6	7	9
8	7	8	9	8	7	8	9	5	6	7	8
9	10	9	8	9	8	9	8	9	10	9	8

9	8	10	8	7	6	8	9	8	10	10	10
7	8	9	9	8	8	8	8	8	8	8	8
8	7	8	8	7	6	7	8	8	10	8	10
9	9	8	7	8	7	8	9	8	9	8	7
6	7	8	8	9	7	8	10	8	9	9	8
9	9	10	10	10	8	10	10	9	9	10	9
7	10	8	8	9	10	5	7	8	9	10	8
6	10	10	9	8	8	8	7	6	5	6	5
5	6	7	5	8	6	7	8	9	8	8	8
10	8	9	9	8	8	10	7	6	4	10	5
7	8	10	9	8	8	8	7	9	10	10	9
9	10	8	10	7	10	8	8	10	7	8	8
10	10	8	10	9	10	10	8	10	8	7	9
10	9	10	10	7	8	8	7	10	5	7	6
9	8	9	10	6	7	8	9	10	9	9	8
9	10	10	9	10	10	8	10	8	10	7	10
9	8	10	8	6	7	7	8	8	10	8	9
8	9	10	10	9	9	10	9	8	8	8	8
9	10	9	8	10	8	8	10	10	10	8	8
10	8	9	10	8	9	10	8	10	5	7	8
9	8	9	7	8	8	6	7	10	6	10	9
8	9	9	8	8	9	10	6	10	7	9	8
8	10	8	8	7	7	7	5	10	9	8	10
10	9	10	10	8	10	8	10	10	8	9	10
10	9	8	10	9	10	8	7	8	7	10	10
10	10	10	10	10	9	10	7	5	6	8	10
10	9	8	7	8	8	8	7	10	6	10	10
10	9	10	6	7	7	8	6	9	10	8	10
10	9	10	10	6	10	9	10	8	10	10	8
10	9	10	10	10	10	8	8	9	9	8	10
9	9	10	10	8	7	8	8	10	9	8	8
10	9	10	8	8	10	8	8	9	9	10	9
9	9	9	8	6	7	7	8	8	8	8	8
7	8	9	10	5	6	7	8	9	10	9	9
8	9	8	9	5	5	8	8	8	9	10	9
8	8	10	8	8	6	7	8	8	8	9	10
8	8	8	8	9	8	10	8	10	5	8	7
8	8	8	9	8	8	10	8	10	5	7	6
8	8	8	10	10	8	8	8	10	7	8	8
8	10	8	8	8	10	8	8	7	7	10	7
10	8	10	8	8	8	8	9	10	9	8	8
8	10	8	8	8	9	10	8	10	5	6	7

10	10	10	10	10	10	6	10	6	5	10	10
8	8	8	9	5	10	8	10	6	10	7	8
8	8	8	9	5	10	8	10	8	8	7	8
8	8	7	6	7	10	8	8	8	8	7	8
8	8	6	7	7	10	10	8	8	10	7	8
8	8	7	7	8	8	10	7	8	8	8	9
8	8	8	8	8	8	10	6	7	7	7	8
8	8	8	8	8	8	10	9	9	10	7	8
8	8	8	8	8	8	10	9	9	7	7	8
8	8	8	8	8	8	9	10	10	7	8	9
8	8	8	10	8	8	9	9	9	6	6	8
8	8	10	8	8	8	8	10	8	6	6	6
8	8	8	8	9	10	8	10	8	9	6	6
8	8	8	8	10	8	8	8	8	8	8	8
10	9	9	9	10	10	10	10	10	8	8	10
9	9	8	10	10	10	10	10	10	8	8	9
8	9	8	10	10	9	10	10	10	8	7	10
9	9	8	7	10	8	10	10	8	10	9	10
8	9	9	7	10	10	10	10	9	8	10	10
9	9	9	7	7	10	10	10	10	8	8	9
10	9	9	7	7	10	10	10	10	10	8	10
9	9	9	10	8	10	10	10	10	8	10	9
10	9	9	9	10	6	10	10	10	8	8	9
9	9	9	8	7	6	10	10	10	10	8	9
10	9	9	9	6	10	10	10	10	10	8	9
10	9	9	8	10	10	10	10	10	9	8	9
10	10	10	9	10	10	10	10	10	8	8	9
10	10	10	9	8	10	10	10	10	9	8	9
10	10	10	8	9	10	10	10	10	8	9	9
10	10	10	9	9	10	10	10	10	9	10	9
10	10	10	10	10	10	10	10	10	9	9	9
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	9	8

3. Variabel Minat Beli (Y)

Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5	Y1. 6	Y1. 7	Y1. 8	Y1. 9	Y1. 10	Y1. 11	Y1. 12
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	8	8	8	10	9	9	7	10
6	8	9	9	9	8	10	9	9	10	9	10
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
10	10	10	9	9	10	10	10	9	10	9	10
9	10	9	10	9	10	9	10	9	8	10	10
5	5	8	10	5	8	5	5	10	10	10	10
6	7	8	9	8	8	8	8	7	10	7	10
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
9	8	8	8	6	5	8	8	9	10	8	10
8	4	5	8	8	9	8	8	9	8	7	10
10	5	10	10	5	10	10	8	8	8	8	10
6	7	8	9	6	8	7	8	9	7	9	8
8	9	8	9	8	8	8	8	9	7	8	10
8	10	8	9	10	10	10	10	10	9	9	9
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
6	9	9	9	6	10	10	9	9	8	8	9
6	9	2	7	8	4	7	1	3	5	10	7
8	8	10	10	7	10	10	10	10	8	8	10
5	5	6	5	6	7	5	6	6	6	6	6
7	7	9	9	9	10	9	9	8	8	8	6
10	9	10	10	9	10	8	10	10	9	9	8
3	5	3	10	5	8	5	5	6	2	3	7
7	8	6	9	7	8	8	10	10	7	9	10
10	8	10	8	7	9	9	10	9	9	8	10
9	9	9	9	10	9	9	9	9	10	10	10
9	9	9	8	10	8	6	7	10	8	10	10
9	9	7	10	6	6	7	5	8	9	7	10
7	9	8	10	7	9	8	5	9	8	9	10
7	9	8	9	10	8	8	7	9	10	9	10
8	10	9	8	8	7	5	6	7	8	9	10
10	8	9	10	9	10	9	10	9	8	9	10
8	10	9	8	7	6	5	6	7	8	9	10
6	8	9	9	8	10	7	8	9	8	7	10
10	9	10	9	6	4	5	6	7	8	8	8
9	9	10	9	9	7	7	8	8	6	8	10
8	7	9	8	10	10	8	7	6	9	8	10
8	8	9	9	9	8	8	9	8	7	6	10
7	8	9	8	7	8	8	9	9	7	8	10

10	9	8	9	10	8	10	9	9	10	10	10
8	10	8	9	9	9	8	7	6	7	8	9
7	9	10	10	9	9	8	9	8	10	8	7
10	7	8	9	10	8	7	6	7	8	9	10
7	8	7	10	7	8	9	8	10	9	9	10
8	7	10	8	7	8	7	9	8	9	8	10
7	10	10	6	5	10	6	7	8	4	5	10
7	7	6	5	4	5	6	6	7	8	9	10
10	8	7	7	8	9	9	10	7	9	8	10
10	10	10	5	8	7	5	6	7	8	9	10
6	10	10	8	9	8	10	10	9	10	10	10
9	9	10	10	8	7	10	9	10	10	8	10
8	10	10	10	8	8	9	10	9	10	10	10
10	7	8	8	10	8	7	8	10	7	8	10
10	10	8	10	10	9	9	10	9	10	10	9
8	10	9	10	8	10	10	10	8	9	8	10
10	9	10	9	10	10	8	7	10	10	8	9
8	8	8	10	8	8	10	8	10	6	7	8
8	8	10	8	9	10	10	8	10	10	8	6
7	7	9	10	10	10	10	9	10	10	9	8
6	10	9	10	10	8	10	10	8	9	8	9
6	10	9	10	10	10	10	7	7	9	7	8
7	7	8	8	7	8	10	6	8	8	6	9
8	8	10	8	8	10	8	10	9	7	7	8
9	9	7	9	9	9	10	10	7	5	8	7
8	10	10	9	9	8	10	10	6	7	9	6
10	10	10	10	10	8	10	8	5	8	8	7
10	10	7	9	9	10	7	9	7	9	6	8
10	10	10	8	8	10	10	10	8	8	5	9
10	10	10	10	10	10	10	10	9	7	5	8
10	7	8	8	10	8	7	8	9	6	5	10
10	8	8	8	8	10	8	9	8	9	9	9
10	8	8	8	7	10	7	8	10	8	7	10
8	8	8	7	7	8	10	9	10	6	6	9
8	8	8	8	10	9	8	5	10	6	6	8
8	9	8	9	10	8	8	9	10	6	7	10
8	8	10	7	10	6	7	8	10	7	8	8
8	7	8	8	6	7	8	10	10	8	8	7
8	6	7	8	10	6	7	8	10	5	5	5
8	5	10	8	7	8	9	10	10	5	5	6
7	5	10	8	10	7	8	9	10	5	5	10
10	6	7	8	10	6	7	8	10	5	5	8

8	9	8	10	6	7	8	10	10	8	8	8
9	8	10	7	6	6	10	7	5	10	8	9
8	8	10	8	7	10	8	9	5	5	10	7
10	9	8	8	10	7	7	8	5	6	6	10
9	10	9	9	7	7	8	10	5	7	10	5
8	10	8	8	6	7	10	5	8	10	7	8
7	8	10	7	7	8	9	10	6	7	8	10
9	10	8	9	7	10	8	9	10	8	7	6
8	7	7	6	8	8	8	10	9	8	10	8
10	8	8	7	10	7	7	7	5	10	9	8
6	8	8	8	10	7	7	7	10	6	7	9
8	8	8	10	7	7	7	7	7	10	7	8
5	9	7	8	7	10	6	8	7	8	8	10
8	8	8	8	8	8	7	7	10	7	7	7
7	9	10	9	6	8	7	10	9	8	8	8
7	10	10	9	7	8	7	10	9	8	8	8
7	9	10	9	9	8	7	10	9	8	8	8
7	9	10	9	8	10	7	10	9	8	8	8
10	9	10	9	7	8	7	10	9	8	8	8
7	10	8	10	7	8	7	10	9	8	8	8
7	9	8	9	8	8	7	10	9	8	8	8
10	10	8	10	9	8	7	10	9	8	8	8
7	9	8	10	8	8	7	10	9	8	8	8
7	9	10	9	7	8	7	10	9	8	8	8
7	8	8	10	10	8	7	10	9	8	8	8
7	9	10	9	10	8	7	10	9	8	8	8
7	7	8	9	7	8	7	10	9	8	8	8
8	8	8	9	7	8	7	10	9	8	8	8
8	7	8	9	6	8	7	10	9	8	8	8
8	8	7	10	7	8	7	10	10	10	8	8
9	7	6	9	8	8	7	10	10	9	8	8
8	8	8	8	9	8	7	8	8	8	8	8

Lampiran 4 Surat Keterangan Hasil Cek Plagiasi



Direktorat Perpustakaan Universitas Islam Indonesia
Gedung Moh. Hatta
Jl. Kaliurang Km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext.2301
F. (0274) 898444 psw.2091
E. perpustakaan@uii.ac.id
W. library.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 2976816039/Perpus./10/Dir.Perpus/VI/2026

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan ini, menerangkan bahwa:

Nama : Bintang Abdul Rahmanto
Nomor Mahasiswa : 21423129
Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho. S.E., M.M
Fakultas / Prodi : Ilmu Agama Islam/ Ekonomi Islam
Judul Karya Ilmiah : PENGARUH SERTIFIKAT HALAL DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP MINAT BELI KERIPIK BELUT DI KABUPATEN
SLEMAN YOGYAKARTA

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan **Turnitin** dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **11 (Sebelas) %**.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6/5/2026

Direktur



Muhammad Jamil, SIP.