

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Usaha Jamur Mantan

Produk jamur mantan adalah produk olahan jamur tiram krispi dari Trenggalek yang diproduksi oleh pasangan suami istri Bapak Dedi Mahendra Sukma dan Ibu Ike Galuh Candra. Produk jamur mantan resmi diluncurkan di pasaran pada tanggal 27 November 2017, beralamat di Jl. Armynpane RT. 03 RW. 01 Kelurahan Sumbergedong, Kabupaten Trenggalek. Produk jamur mantan merupakan salah satu usaha dalam bidang makanan ringan yang sudah memperoleh izin usaha mikro kecil (IUMK) pada tahun 2018.

Awal mula berdirinya usaha ini adalah ketika Bapak Dedi Mahendra Sukma melakukan pelatihan kewirausahaan kepada Ibu-Ibu di Desa Surenlor Kabupaten Trenggalek. Berawal hanya dari memberikan suatu contoh untuk membuat produk kepada peserta pelatihan dengan memanfaatkan potensi yang ada. Para peserta diberi pelatihan mulai dari cara membuat produk sampai bagaimana cara memasarkan produk tersebut di pasaran. Namun, banyak peserta yang mulai ragu karena beranggapan membuat produk itu susah dan khawatir jika produknya tidak laku, apalagi mereka bertempat tinggal di desa. Akhirnya Bapak Dedi berinisiatif untuk membuat olahan jamur krispi, untuk memberi contoh

kepada masyarakat jika membuat produk untuk usaha itu tidak susah seperti anggapan mereka. Asalkan dalam menjalankan usaha tersebut dilakukan dengan bersungguh-sungguh.

Pemilihan olahan jamur dikarenakan pemilik usaha jamur mantan sebelumnya sudah pernah bergelut pada usaha jamur. Sedangkan, olahan goreng krispi dipilih karena Bu Ike merupakan agen penjual tepung di Trenggalek. Produk jamur mantan mendapat respon yang baik dimasyarakat dan banyak disukai, yang pada akhirnya produk jamur mantan terus diproduksi dan menjadi berkembang sampai saat ini. Saat ini, dalam satu hari produksi yaitu mencapai 25 kg jamur mentah yang menghasilkan 250-300 pcs. Hal ini juga tergantung dari pemasok bahan baku. Pemasok jamur diambil dari petani yang ada di Trenggalek dan Tulungagung.

Pemilihan nama merek “jamur mantan” tidak serta merta tanpa suatu alasan. Kata “mantan’ dipilih karena kata itu sudah melekat pada diri Bapak Dedi Mahendra Sukma. Hal ini karena beliau sering mengadakan penyuluhan di sekolah-sekolah dan sering menggunakan kata “mantan” ketika menyampaikan materinya. Sehingga banyak yang mengenal Bapak Dedi dengan sebutan “Pak Dedi Mantan”. Hal inilah yang mendorong penggunaan nama mantan menjadi nama brandnya.

Pada awal produksi, produk jamur mantan masih dikemas dengan sederhana menggunakan kemasan berbahan aluminium foil dan hanya diberi sticker. Namun, seiring dengan berkembangnya produk jamur

mantan, kemasan produk jamur mantan terus diperbaiki agar lebih menarik konsumen. Untuk saat ini, kemasan produk jamur mantan sudah diganti memakai bahan rotogravure yang memiliki kualitas lebih baik karena tidak mudah rusak dan desain kemasan yang lebih menarik dengan penggunaan olah kata menjadi keunggulannya.

Produk jamur mantan memiliki nama merek yang unik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Produk jamur mantan sendiri sudah didaftarkan merek dagangnya sejak tahun 2018. Produk jamur mantan tidak hanya memiliki keunikan dari nama brandnya, olah kata khas anak-anak muda juga dilakukan dalam memberikan nama varian rasa, seperti TTM, PHP, Baper, Balikan, dan Pisah. Hal ini dilakukan untuk memudahkan produk masuk pasar sasaran dan dikenal masyarakat luas. Pasar sasaran utama dari jamur mantan adalah anak-anak muda, meskipun demikian produk jamur mantan juga bisa menjangkau semua kalangan yakni dari anak-anak sampai orang dewasa.

Produk jamur mantan merupakan salah satu produk olahan jamur krispi yang sudah memperoleh sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sejak tahun 2018. Sertifikasi halal sangat penting untuk mendorong perkembangan dan kemajuan suatu usaha. Melalui sertifikat halal menunjukkan bahwa produk yang dijual aman dan tidak menggunakan bahan-bahan yang diharamkan oleh syariat Islam, sehingga konsumen akan lebih yakin ketika mengonsumsi produk tersebut. Hal

inilah yang mendorong pemilik usaha jamur mantan untuk segera mendaftarkan produknya agar memperoleh sertifikat halal MUI.

Produk jamur mantan sudah di pasarkan ke seluruh Indonesia, melalui reseller-reseller yang tersebar di berbagai daerah. Selain itu, produk jamur mantan juga sudah tersedia di berbagai toko, swalayan, alfamart, carrefour, dan lainnya. Produk jamur mantan di pasarkan secara langsung maupun secara online. Untuk saat ini produk jamur mantan lebih menggiatkan promosinya melalui media online, karena jangkauannya yang lebih luas. Sedangkan, untuk harga dari produk jamur mantan adalah sama untuk semua varian rasa yaitu Rp. 12.000 di wilayah jawa dan Rp. 15.000 untuk luar jawa. Berikut ini adalah beberapa varian rasa dari produk jamur mantan:

- a. TTM (Tetap Terasa Murni)
- b. PHP (Pedes Huhah Pol)
- c. BAPER (Barbeque Super)
- d. BALIKAN (Balado Bikin Ketagihan)
- e. PISAH (Pizza Rasa Mewah)

2. Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan sebuah tolok ukur untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Visi merupakan tujuan utama dan cita-cita sebuah perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Sedangkan misi merupakan rangkaian kegiatan utama yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai visinya. Visi dan misi harus mampu menggambarkan apa

yang harus dilakukan perusahaan, tujuan yang ingin dicapai, serta bagaimana cara mencapai tujuan itu. Berikut ini adalah visi dan misi dari usaha jamur mantan:

a. Visi

Menjadi perusahaan No. 1 di Indonesia dalam bidang makanan ringan.

b. Misi

- 1) Peningkatan kualitas dan kuantitas produk.
- 2) Peningkatan SDM (baik aspek skill maupun religius) yang berkesinambungan.
- 3) Penambahan jaringan pemasaran dan tim perusahaan.
- 4) Penambahan dan pembinaan supplier.
- 5) Penambahan dan peningkatan modal.
- 6) Target omzet 2,5 M.

3. Struktur Organisasi

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Usaha Jamur Mantan

Nama	Jabatan
1. Ike Galuh Candra .K. 2. Dedi Mahendra Sukma	Owner / Pemilik
M. Guntur	Konsultan Marketing
Alfan Fachrudin	Konsultan Design
Nifa Dwi Y.	Bagian Keuangan
Nur Hainun	Divisi Pemasaran: Admin 1
1. Fitri Nurhayati 2. Menik Mu'alifah	Divisi Produksi
Ahmad Irkhamdi	Divisi Gudang
Nur Huda	Distribusi

Adapun masing-masing tugas dan wewenangnya adalah sebagai berikut :

a. Pimpinan atau Pemilik Usaha

- 1) Memimpin dan bertanggungjawab atas keseluruhan berjalannya kegiatan usaha jamur mantan.
- 2) Menyusun atau membuat strategi bisnis dan rencana perusahaan.
- 3) Memberikan wewenang dan tanggungjawab kepada karyawan sesuai dengan bidangnya masing-masing.
- 4) Membina karyawan supaya dapat menjalankan tanggungjawab atau tugasnya masing-masing secara baik.

b. Konsultan Marketing

- 1) Membantu menciptakan rencana marketing atau pemasaran.
- 2) Membantu mengatasi kesulitan yang dihadapi dalam kegiatan pemasaran.

c. Konsultan Design

- 1) Membantu mendesain atau merancang bentuk kemasan suatu produk.
- 2) Membantu dalam mendesain kemasan yang menarik, pemilihan aspek atau visual dari kemasan yang meliputi bentuk, komposisi, dan warna.
- 3) Membantu membuat desain kemasan yang sesuai dengan produk.

d. Bagian Keuangan

- 1) Bertanggungjawab dalam berbagai sumber-sumber keuangan, pengelolaan, dan pengalokasian dana, serta melakukan dan menerima pembayaran perusahaan.
- 2) Membuat pencatatan atas transaksi dalam kegiatan perusahaan.

e. Divisi Pemasaran

- 1) Merumuskan dan menjalankan berbagai program pemasaran sehingga mampu mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan.
- 2) Mengenalkan dan memasarkan produk kepada konsumen baik secara langsung maupun melalui sosial media (online).
- 3) Menciptakan, menumbuhkan, dan memelihara kerjasama yang baik dengan konsumen.
- 4) Menanggapi permasalahan terkait keluhan dan saran dari pelanggan.

f. Divisi Produksi

- 1) Mengatur dan mengolah bahan baku menjadi produk jadi dengan target yang telah ditentukan perusahaan.
- 2) Melaksanakan kegiatan produksi dengan standar kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

g. Divisi Gudang

- 1) Mengawasi dan mengatur semua barang yang masuk maupun keluar.

- 2) Melakukan pengecekan terhadap barang yang diterima.
 - 3) Memastikan ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan.
 - 4) Membuat laporan atas semua transaksi keluar masuk barang dari dan ke gudang.
- h. Bagian Distribusi
- 1) Memiliki tugas dalam pendistribusian produk kepada konsumen.
 - 2) Mengawasi ketersediaan produk dan pengaturan jadwal pengiriman produk.

B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	29	29%
2.	Perempuan	71	71%
Total		100	100%

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang telah mengisi angket penelitian, jumlah laki-laki sebanyak 29 responden atau 29%. Sedangkan, sisanya sebanyak 71 responden atau 71% berjenis kelamin perempuan. Dalam penelitian ini responden perempuan yang paling banyak, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas peminat dari produk jamur mantan adalah perempuan. Hal tersebut didukung oleh survey yang dilakukan oleh produk jamur mantan, di mana rata-rata yang menanggapi adalah perempuan.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	16-25 Tahun	53	53%
2.	26-35 Tahun	36	36%
3.	36-45 Tahun	9	9%
4.	> 45 Tahun	2	2%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden, yang paling banyak adalah responden yang berusia (16-25 tahun) yaitu mencapai 53 orang atau 53% responden. Kemudian diikuti oleh responden yang berusia (26-35 tahun) sebanyak 36 orang atau 36% responden. Responden yang berusia (36-45 tahun) sebanyak 9 orang atau 9% responden. Sisanya adalah responden yang berusia (> 45 tahun) berjumlah 2 orang atau 2% responden.

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1.	PNS / TNI / POLRI	1	1%
2.	Wiraswasta	23	23%
3.	Karyawan Swasta	15	15%
4.	Pelajar / Mahasiswa	28	28%
5.	Ibu Rumah Tangga	26	26%
6.	Lain-Lain	7	7%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden, sebanyak 28 responden atau 28% adalah pelajar / mahasiswa. Kemudian responden yang memiliki pekerjaan sebagai Ibu rumah tangga

adalah sebanyak 26 responden atau 26%. Di bawahnya diikuti dengan responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta adalah sebanyak 23 responden atau 23%. Selanjutnya, sebanyak 15 responden atau 15% adalah bekerja sebagai karyawan swasta dan 7 responden atau 7% adalah memiliki pekerjaan lain-lain. Sisanya 1 responden atau 1% adalah bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI.

4. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No.	Penghasilan	Jumlah	Presentase (%)
1.	< Rp. 100.000	35	35%
2.	Rp. 100.000 – Rp. 1.000.000	37	37%
3.	Rp. 1.100.000 – Rp. 3.000.000	24	24%
4.	Rp. 3.100.000 – Rp. 5.000.000	4	4%
5.	> Rp. 5.000.000	0	0%
Total		100	100%

Berdasarkan pada tabel 4.5 di atas, menunjukkan bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang memiliki pendapatan sebesar (Rp 100.000 – Rp. 1.000.000) adalah yang paling banyak yaitu mencapai 37 orang atau 37% responden. Kemudian, diikuti responden dengan pendapatan sebesar (< Rp. 100.000) adalah sebanyak 35 orang atau 35% responden. Selanjutnya, responden yang memiliki pendapatan sebesar (Rp. 1.100.000 – Rp 3.000.000) adalah sebanyak 24 orang atau 24% responden. Sisanya sebanyak 4 orang atau 4% responden adalah memiliki pendapatan sebesar (Rp. 3.100.000 – Rp. 5.000.000).

5. Karakteristik Berdasarkan Pembelian Produk Jamur Mantan

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk

No.	Pembelian	Jumlah	Presentase (%)
1.	1-3 kali	82	82%
2.	4-6 kali	12	12%
3.	> 6 kali	6	6%
Total		100	100%

Berdasarkan pada tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang telah mengisi angket penelitian, jumlah responden yang telah membeli produk 1-3 kali sebanyak 82 responden atau 82%. Kemudian, 12 responden atau 12% membeli produk 4-6 kali, dan sisanya 6 responden atau 6% membeli lebih dari 6 kali. Dalam penelitian ini mayoritas responden telah membeli produk sebanyak 1-3 kali.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Deskripsi Variabel Label Halal (X_1)

Tabel 4.7
Data Deskripsi Variabel Label Halal (X_1)

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1	60	60%	39	39%	1	1%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.2	40	40%	55	55%	5	5%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.3	38	38%	53	53%	9	9%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.4	30	30%	61	61%	9	9%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.5	44	44%	46	46%	10	10%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.6	58	58%	38	38%	4	4%	0	0%	0	0%	100	100%
X1.7	53	53%	47	47%	0	0%	0	0%	0	0%	100	100%

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk item (X1.1) yaitu saya mengetahui bahwa produk jamur mantan sudah mempunyai label halal

yang resmi dikeluarkan oleh MUI, dari 100 responden terdapat 60 responden atau 60% menyatakan sangat setuju. Kemudian, 39 atau 39% responden menyatakan setuju, dan sisanya 1 responden atau 1% menyatakan netral. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden banyak yang memilih sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden banyak yang mengetahui produk jamur mantan sudah memiliki label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI.

Pada item (X1.2) yaitu label halal yang tercantum pada kemasan produk jamur mantan membantu saya untuk mengetahui mutu produk, dari 100 responden terdapat 40 responden atau 40% yang memilih sangat setuju, 55 responden atau 55% memilih setuju, dan 5 responden atau 5% memilih netral. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa responden cenderung setuju bahwa label halal yang tercantum pada kemasan produk jamur mantan membantu untuk mengetahui mutu produk.

Pada item (X1.3) yaitu saya percaya bahan-bahan yang digunakan produk jamur mantan aman dan sehat untuk dikonsumsi karena sudah teruji kehalalannya oleh LPPOM MUI, dari 100 responden terdapat 38 responden atau 38% yang menyatakan sangat setuju. Kemudian 53 responden atau 53% menyatakan setuju, dan 9 responden atau 9% menyatakan netral. Hal ini berarti responden banyak yang memilih setuju bahwa bahan-bahan yang digunakan produk jamur mantan aman dan sehat untuk dikonsumsi karena sudah teruji kehalalannya oleh LPPOM MUI.

Pada item (X1.4) yaitu saya percaya setiap proses pembuatan produk jamur mantan tidak tercampur dengan hal-hal yang haram, dari 100 responden yang memilih sangat setuju sebanyak 30 responden atau 30%. Kemudian, 61 responden atau 61% memilih setuju, dan 9 responden atau 9% memilih netral. Hal ini berarti responden sebagian besar memilih setuju bahwa setiap proses pembuatan produk jamur mantan tidak tercampur dengan hal-hal yang haram.

Pada item (X1.5) yaitu label halal yang terdapat dalam produk jamur mantan menjadi pertimbangan saya ketika membeli produk, dari 100 responden terdapat 44 responden atau 44% yang menyatakan sangat setuju, 46 responden atau 46% menyatakan setuju, dan 10 responden atau 10% menyatakan netral. Hal ini menunjukkan bahwa responden banyak yang memilih setuju bahwa label halal yang terdapat dalam produk jamur mantan menjadi pertimbangan ketika membeli produk.

Pada item (X1.6) yaitu produk yang sudah berlabel halal menjadi pilihan utama saya ketika membeli produk, dari 100 responden yang memilih sangat setuju sebanyak 58 responden atau 58%. Kemudian, 38 responden atau 38% memilih setuju, dan 4 responden atau 4% memilih netral. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden banyak yang memilih sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden banyak yang memilih produk yang sudah berlabel halal ketika membeli produk.

Pada item (X1.7) yaitu saya lebih merasa aman dan nyaman ketika mengonsumsi produk jamur mantan yang sudah memiliki label halal, dari 100 responden terdapat 53 responden atau 53% yang memilih sangat setuju. Kemudian, 47 responden atau 47% memilih setuju. Artinya, yaitu responden sebagian besar memilih sangat setuju bahwa responden lebih merasa aman dan nyaman ketika mengonsumsi produk jamur mantan yang sudah memiliki label halal.

2. Deskripsi Variabel Promosi

Tabel 4.8
Data Deskripsi Variabel Promosi (X₂)

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1	29	29%	60	60%	10	10%	1	1%	0	0%	100	100%
X2.2	18	18%	70	70%	11	11%	1	1%	0	0%	100	100%
X2.3	37	37%	51	51%	10	10%	2	2%	0	0%	100	100%
X2.4	49	49%	39	39%	10	10%	2	2%	0	0%	100	100%
X2.5	20	20%	68	68%	12	12%	0	0%	0	0%	100	100%
X2.6	17	17%	69	69%	13	13%	1	1%	0	0%	100	100%
X2.7	32	32%	59	59%	9	9%	0	0%	0	0%	100	100%

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk item (X2.1) yaitu promosi produk jamur mantan melalui media sosial membuat saya lebih tertarik untuk membeli produk, dari 100 responden terdapat 29 responden atau 29% menyatakan sangat setuju, 60 responden atau 60% menyatakan setuju, dan 10 responden atau 10% menyatakan netral. Sisanya 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden cenderung memilih setuju dengan

promosi produk jamur mantan melalui media sosial membuat lebih tertarik untuk membeli produk.

Pada item (X2.2) yaitu informasi produk jamur mantan yang disampaikan melalui media sosial dapat saya terima dengan baik dan jelas, dari 100 responden yang memilih sangat setuju sebanyak 18 responden atau 18%. Kemudian, 70 responden atau 70% memilih setuju, 11 responden atau 11% menyatakan netral, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Artinya, responden cenderung setuju bahwa informasi produk jamur mantan yang disampaikan melalui media sosial dapat diterima dengan baik dan jelas.

Pada item (X2.3) yaitu promosi produk jamur mantan dengan memberikan giveaway membuat saya lebih tertarik untuk membeli produk, dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 37 responden atau 37% yang menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51% menyatakan setuju, 10 responden atau 10% menyatakan netral, dan 2 responden atau 2% menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan responden banyak yang memilih setuju bahwa promosi produk jamur mantan dengan memberikan giveaway membuat tertarik untuk membeli produk.

Pada item (X2.4) yaitu pemberian diskon yang dilakukan produk jamur mantan mendorong saya untuk membeli produk, dari 100 responden terdapat 49 responden atau 49% yang menyatakan sangat setuju, 39 responden atau 39% menyatakan setuju, 10 responden atau 10%

menyatakan netral, dan 2 responden atau 2% menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hal tersebut responden banyak yang memilih sangat setuju bahwa pemberian diskon yang dilakukan produk jamur mantan mendorong untuk membeli produk.

Pada item (X2.5) yaitu produk jamur mantan mengikuti kegiatan-kegiatan tertentu seperti bazar dan *car free day (CFD)* untuk mempromosikan produknya, dari 100 responden yang memilih sangat setuju sebanyak 20 responden atau 20%. Kemudian, 68 responden atau 68% memilih setuju, dan 12 responden atau 12% memilih netral. Artinya, yaitu responden sebagian besar memilih setuju bahwa produk jamur mantan mengikuti kegiatan-kegiatan tertentu seperti bazar dan *car free day (CFD)* untuk mempromosikan produknya.

Pada item (X2.6) yaitu produk jamur mantan menjadi sponsor dalam acara-acara tertentu, dapat diketahui dari 100 responden terdapat 17 responden atau 17% memilih jawaban sangat setuju, 69 responden atau 69% memilih jawaban setuju, 13 responden atau 13% memilih jawaban netral, dan 1 responden atau 1% memilih jawaban tidak setuju. Artinya, yaitu sebagian besar responden setuju bahwa produk jamur mantan menjadi sponsor dalam acara-acara tertentu.

Pada item (X2.7) yaitu informasi yang saya peroleh melalui komunikasi langsung (*face to face*) yang dilakukan produk jamur mantan membuat saya lebih yakin untuk membeli produk, dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 32 responden atau 32% yang menyatakan

sangat setuju, 59 responden atau 59% menyatakan setuju, dan 9 responden atau 9% menyatakan netral. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan responden banyak yang memilih sangat setuju bahwa informasi yang diperoleh melalui komunikasi langsung (*face to face*) yang dilakukan produk jamur mantan membuat responden lebih yakin untuk membeli produk.

3. Deskripsi Variabel Kemasan

Tabel 4.9
Data Deskripsi Variabel Kemasan (X₃)

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X3.1	65	65%	29	29%	6	6%	0	0%	0	0%	100	100%
X3.2	45	45%	49	49%	6	6%	0	0%	0	0%	100	100%
X3.3	34	34%	55	55%	11	11%	0	0%	0	0%	100	100%
X3.4	39	39%	53	53%	7	7%	1	1%	0	0%	100	100%
X3.5	50	50%	44	44%	5	5%	1	1%	0	0%	100	100%
X3.6	43	43%	50	50%	7	7%	0	0%	0	0%	100	100%
X3.7	43	43%	46	46%	11	11%	0	0%	0	0%	100	100%

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk item (X3.1) yaitu produk jamur mantan menggunakan warna kemasan yang cerah dan mencolok sehingga dapat menarik perhatian, dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 65 responden atau 65% yang menyatakan sangat setuju, 29 responden atau 29% menyatakan setuju, dan 6 responden atau 6% menyatakan netral. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden cenderung memilih sangat setuju dengan produk jamur mantan yang menggunakan warna kemasan yang cerah dan mencolok sehingga dapat menarik perhatian.

Pada item (X3.2) yaitu produk jamur mantan menggunakan bahan kemasan yang berkualitas sehingga dapat melindungi isi produk dengan baik, dari 100 responden terdapat 45 responden atau 45% yang memilih sangat setuju. Kemudian, 49 responden atau 49% memilih setuju, dan 6 responden atau 6% memilih netral. Artinya, yaitu responden sebagian besar memilih setuju bahwa produk jamur mantan menggunakan bahan kemasan yang berkualitas sehingga dapat melindungi isi produk dengan baik.

Pada item (X3.3) yaitu produk jamur mantan memiliki ukuran kemasan yang fleksibel dan mudah untuk dibawa, dapat diketahui dari 100 responden terdapat 34 responden atau 34% yang memilih jawaban sangat setuju. Sedangkan, untuk jawaban setuju terdapat 55 responden atau 55%. Kemudian, 11 responden atau 11% memilih jawaban netral. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memilih jawaban setuju dengan produk jamur mantan yang memiliki ukuran kemasan fleksibel dan mudah untuk dibawa.

Pada item (X3.4) yaitu kemasan jamur mantan memiliki bentuk yang sederhana namun tetap memberikan kesan mewah, dari 100 responden terdapat 39 responden atau 39% yang menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 53% menyatakan setuju, 7 responden atau 7% menyatakan netral, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Artinya, responden lebih banyak yang memilih jawaban setuju bahwa kemasan

jamur mantan memiliki bentuk yang sederhana namun tetap memberikan kesan mewah.

Pada item (X3.5) yaitu logo atau merek jamur mantan yang unik membuat saya tertarik untuk membeli produk, dari 100 responden 50 responden atau 50% memilih sangat setuju, 44 responden atau 44% memilih setuju, 5 responden atau 5% memilih netral, dan 1 responden atau 1% memilih netral. Artinya, responden cenderung setuju bahwa logo atau merek jamur mantan yang unik membuat responden tertarik untuk membeli produk.

Pada item (X3.6) yaitu logo atau merek jamur mantan yang unik memudahkan saya untuk mengenali produk, dari 100 responden yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 43 responden atau 43%. Kemudian, 50 responden atau 50% memilih jawaban setuju, dan 7 responden atau 7% memilih jawaban netral. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan responden banyak yang memilih sangat setuju bahwa logo atau merek jamur mantan yang unik memudahkan saya untuk mengenali produk.

Pada item (X3.7) yaitu tulisan yang terdapat dalam kemasan produk jamur mantan memberikan informasi produk dengan jelas, dari 100 responden terdapat 43 responden atau 43% yang menyatakan sangat setuju, 46 responden atau 46% menyatakan setuju, dan 11 responden atau 11% menyatakan netral. Hal ini berarti responden cenderung setuju bahwa

tulisan yang terdapat dalam kemasan produk jamur mantan memberikan informasi produk dengan jelas.

4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.10
Data Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y1	28	28%	58	58%	14	14%	0	0%	0	0%	100	100%
Y2	48	48%	47	47%	5	5%	0	%	0	0%	100	100%
Y3	26	26%	61	61%	13	13%	0	%	0	0%	100	100%
Y4	53	53%	41	41%	6	6%	0	%	0	0%	100	100%
Y5	41	41%	50	50%	9	9%	0	0%	0	0%	100	100%
Y6	35	35%	58	58%	6	6%	1	1%	0	0%	100	100%
Y7	26	26%	68	68%	5	5%	1	1%	0	0%	100	100%

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk item (Y1) yaitu produk jamur mantan sesuai dengan kebutuhan dan selera saya, dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 28 responden atau 28% yang menyatakan sangat setuju, 58 responden atau 58% menyatakan setuju, dan 14 responden atau 14% menyatakan netral. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden cenderung memilih sangat setuju dengan pernyataan produk jamur mantan sesuai dengan kebutuhan dan selera saya

Pada item (Y2) yaitu saya memperoleh informasi tentang produk jamur mantan melalui keluarga, teman, dan media sosial, dari 100 responden terdapat 48 responden atau 48% yang menyatakan sangat setuju. Kemudian, 47 responden atau 47% menyatakan setuju, dan 5 responden atau 5% menyatakan netral. Artinya, responden cenderung memilih jawaban sangat setuju dengan pernyataan saya memperoleh

informasi tentang produk jamur mantan melalui keluarga, teman, dan media sosial.

Pada item (Y3) yaitu sebelum memutuskan untuk membeli produk jamur mantan, saya akan membandingkan dengan beberapa produk jamur krispi yang lain. Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden, sebanyak 26 responden atau 26% memilih jawaban sangat setuju, 61 responden atau 61% memilih jawaban setuju, dan 13 responden atau 13% memilih jawaban netral. Hal ini dapat diartikan responden lebih banyak yang memilih setuju bahwa sebelum memutuskan untuk membeli produk jamur mantan, akan membandingkan dengan beberapa produk jamur krispi yang lain.

Pada item (Y4) yaitu saya memilih membeli produk jamur mantan karena memiliki kelebihan dibandingkan produk jamur krispi yang lain, dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 53 responden atau 53% yang menyatakan sangat setuju, 41 responden atau 41% menyatakan setuju, dan 6 responden atau 6% menyatakan netral. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan responden banyak yang memilih jawaban sangat setuju dengan pernyataan saya memilih membeli produk jamur mantan karena memiliki kelebihan dibandingkan produk jamur krispi yang lain

Pada item (Y5) yaitu saya merasa yakin dengan keputusan saya untuk membeli produk jamur mantan, dari 100 responden yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 41 responden atau 41%. Kemudian, 50 responden atau 50% memilih jawaban setuju, dan 9 responden atau 9% memilih

jawaban netral. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden cenderung memilih jawaban sangat setuju dengan pernyataan saya merasa yakin dengan keputusan saya untuk membeli produk jamur mantan.

Pada item (Y6) yaitu saya memperoleh kepuasan setelah membeli produk jamur mantan, dari 100 responden terdapat 35 responden atau 35% yang menyatakan sangat setuju, 58 responden atau 58% menyatakan setuju, 6 responden atau 6% menyatakan netral, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan responden lebih banyak yang memilih setuju bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membeli produk jamur mantan.

Pada item (Y7) yaitu setelah memperoleh manfaat produk, saya berkeinginan untuk membeli produk jamur mantan kembali. Dari 100 responden terdapat 26 responden atau 26% yang menyatakan sangat setuju. Kemudian, 68 responden atau 68% menyatakan setuju, 5 responden atau 5% menyatakan netral, dan sisanya 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan responden banyak yang memilih jawaban setuju dengan pernyataan setelah memperoleh manfaat produk, saya berkeinginan untuk membeli produk jamur mantan kembali.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada angket

penelitian mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh pertanyaan tersebut. Kriteria pengujian validitas yaitu jika r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ artinya instrumen penelitian dikatakan valid.¹ Dalam penelitian ini terdapat 100 responden, sehingga dapat diketahui nilai r tabel adalah 0,1966 untuk *degree of freedom* (df) = $n-2 = 100-2 = 98$ dengan taraf signifikan 5% (0,05). Jadi, item pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan valid, jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel = 0,1966 dan nilai r positif. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Label Halal

Item Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,607	0,1966	Valid
X1.2	0,536	0,1966	Valid
X1.3	0,630	0,1966	Valid
X1.4	0,616	0,1966	Valid
X1.5	0,617	0,1966	Valid
X1.6	0,581	0,1966	Valid
X1.7	0,396	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan/pernyataan dari variabel label halal memiliki nilai r hitung $>$ nilai r tabel = 0,1966. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan atau indikator dari variabel label halal yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

¹ Victor Trismanjaya Hulu dan Taruli Rohana Sinaga, *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS dan Statcal*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), hal. 56-57.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Item Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,717	0,1966	Valid
X2.2	0,574	0,1966	Valid
X2.3	0,701	0,1966	Valid
X2.4	0,665	0,1966	Valid
X2.5	0,654	0,1966	Valid
X2.6	0,578	0,1966	Valid
X2.7	0,571	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan/pernyataan dari variabel promosi memiliki nilai r hitung > nilai r tabel = 0,1966. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan atau indikator dari variabel promosi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan

Item Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0,630	0,1966	Valid
X3.2	0,477	0,1966	Valid
X3.3	0,503	0,1966	Valid
X3.4	0,617	0,1966	Valid
X3.5	0,570	0,1966	Valid
X3.6	0,618	0,1966	Valid
X3.7	0,608	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan/pernyataan dari variabel kemasan memiliki nilai r hitung > nilai r tabel = 0,1966. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan atau indikator dari variabel kemasan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0,617	0,1966	Valid
Y2	0,474	0,1966	Valid
Y3	0,486	0,1966	Valid
Y4	0,647	0,1966	Valid
Y5	0,583	0,1966	Valid
Y6	0,647	0,1966	Valid
Y7	0,604	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan/pernyataan dari variabel keputusan pembelian memiliki nilai r hitung $>$ nilai r tabel = 0,1966. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan atau indikator dari variabel keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Butir pertanyaan dalam kuesioner dikatakan reliabel, jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau tetap dengan kata lain tidak berubah terhadap pilihan jawaban dari pertanyaan. Kriteria uji reliabilitas adalah sebagai berikut².

- a. Nilai Cronbach's Alpha 0,00 – 0,20 artinya kurang reliabel.
- b. Nilai Cronbach's Alpha 0,21 – 0,40 artinya agak reliabel..

² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), hal. 97.

- c. Nilai Cronbach's Alpha 0,41 – 0,60 artinya cukup reliabel.
- d. Nilai Cronbach's Alpha 0,61 – 0,80 artinya reliabel.
- e. Nilai Cronbach's Alpha 0,81 – 1,00 artinya sangat reliabel.

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Label Halal

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.656	7

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel label halal lebih besar dari 0,60 yaitu $0,656 > 0,60$. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel label halal dinyatakan reliabel.

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.756	7

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel promosi lebih besar dari 0,60 yaitu $0,756 > 0,60$. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dinyatakan reliabel.

Tabel 4.17
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.662	7

Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kemasan lebih besar dari 0,60 yaitu $0,662 > 0,60$. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kemasan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.671	7

Berdasarkan tabel 4.18 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel keputusan pembelian lebih besar dari 0,60 yaitu $0,671 > 0,60$. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian dinyatakan reliabel.

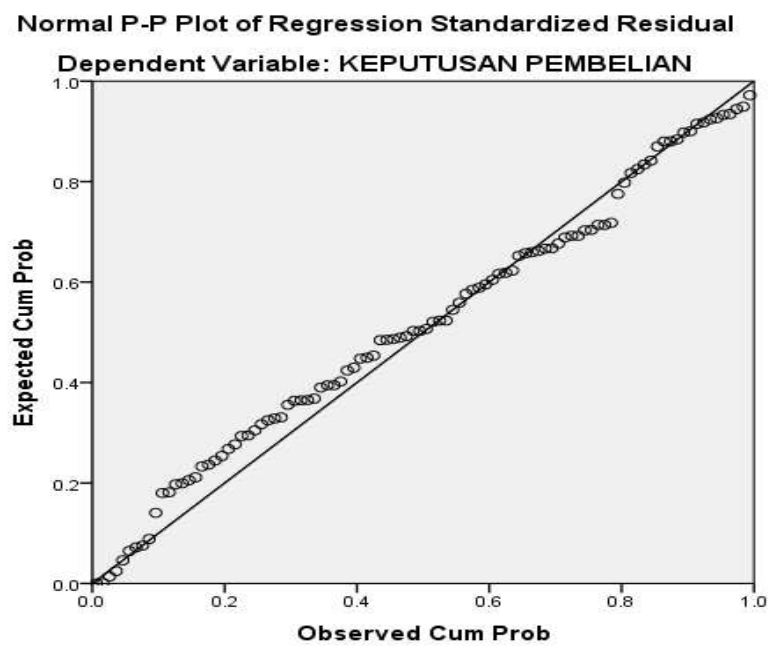
3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa cara, di antaranya dengan menggunakan grafik *normal probability plot*. Data dikatakan berdistribusi normal, apabila penyebaran data berada di sekitar garis diagonal dan lurus mengikuti arah garis diagonalnya. Selain itu, uji normalitas juga bisa

dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Ketentuan data berdistribusi normal atau tidak yaitu apabila probabilitas atau Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$ berarti data memiliki distribusi normal.³

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas Berdasarkan Analisis Grafik



Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan grafik P-P Plot di atas dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal, karena sebaran data menyebar di sekitar garis diagonal dan lurus mengikuti arah garis diagonalnya.

³ Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi . . .*, hal. 109-112.

Tabel 4.19
Hasil Uji Normalitas Berdasarkan Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89051886
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.069
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.162 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.19 di atas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,162 yang artinya lebih besar dari 0,05 ($0,162 > 0,05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah ditemukan hubungan linear yang kuat antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat diketahui melalui nilai VIF ataupun *Tolerance*. Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka data terbebas dari unsur multikolinearitas.⁴

⁴ *Ibid.*, hal. 121.

Tabel 4.20
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7.748	2.851		2.718	.008		
LABEL HALAL	.115	.106	.107	1.088	.279	.624	1.602
PROMOSI	.188	.081	.214	2.317	.023	.708	1.413
KEMASAN	.431	.097	.440	4.453	.000	.620	1.613

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan pada tabel 4.20 di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF dari variabel label halal (X_1) adalah $1,602 < 10,00$, variabel promosi (X_2) adalah $1,413 < 10,00$, dan variabel kemasan (X_3) adalah $1,613 < 10,00$. Sedangkan untuk nilai *tolerance* dari variabel label halal (X_1) adalah $0,624 > 0,10$, variabel promosi (X_2) adalah $0,708 > 0,10$, dan variabel kemasan (X_3) adalah $0,620 > 0,10$. Jadi, berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang dilakukan dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk setiap variabel < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua variabel terbebas dari unsur multikolinearitas.

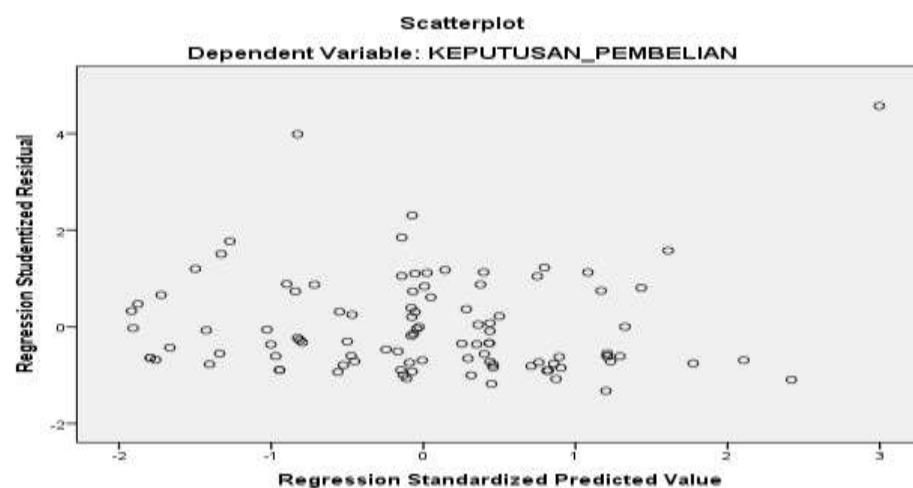
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi

yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.⁵ Heteroskedastisitas dapat diketahui dengan beberapa cara di antaranya melalui metode *scatterplot*. Suatu model dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, jika titik-titik dalam *scatterplot* tidak membentuk menjadi suatu pola tertentu, serta titik-titik menyebar di bawah dan di atas atau di sekitar angka 0. Selain itu, untuk memperkuat hasil pada *scatterplot*, dapat juga dilakukan uji glejser.⁶ Dasar pengambilan keputusan uji glejser adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas Berdasarkan Scatterplot



⁵ Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi . . .*, hal. 179.

⁶ Yeri Sutopo dan Achmad Slamet, *Statistik Inferensial . . .*, hal. 114-15.

Berdasarkan hasil *output scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi dalam penelitian ini terbebas dari unsur heteroskedastisitas.

Tabel 4.21
Hasil Uji Heteroskedastisitas berdasarkan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.890	1.881		2.599	.011
	LABEL HALAL	-.120	.070	-.217	-1.721	.089
	PROMOSI	.010	.054	.022	.181	.856
	KEMASAN	-.003	.064	-.006	-.044	.965

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan hasil uji glejser pada tabel 4.21 di atas menunjukkan bahwa nilai sig untuk variabel label halal $0,089 > 0,05$, variabel promosi $0,856 > 0,05$, dan variabel kemasan $0,965 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari unsur heteroskedastisitas karena nilai sig pada semua variabel yaitu label halal, promosi, dan kemasan lebih dari 0,05.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y).⁷ Dalam penelitian ini, analisis

⁷ Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 . . .*, hal. 269.

regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara keputusan pembelian (variabel dependen) dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu label halal, promosi, dan kemasan (variabel independen). Hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.22
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.748	2.851		2.718	.008
	LABEL HALAL	.115	.106	.107	1.088	.279
	PROMOSI	.188	.081	.214	2.317	.023
	KEMASAN	.431	.097	.440	4.453	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.22 di atas, persamaan regresi linear berganda dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = 7,748 + 0,115X_1 + 0,188X_2 + 0,431 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta bernilai positif sebesar 7,748 menunjukkan bahwa apabila variabel label halal, promosi, dan kemasan nilainya dianggap tidak ada atau semua variabel bebas bernilai 0, maka keputusan pembelian bernilai 7,748.
- b. Koefisien regresi variabel label halal bernilai positif sebesar 0,115. Hal ini diartikan bahwa apabila variabel label halal (X_1) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat

- sebesar 0,115. Koefisien bernilai positif yang berarti antara variabel label halal dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif.
- c. Koefisien regresi variabel promosi bernilai positif sebesar 0,188. Hal ini diartikan bahwa apabila variabel promosi (X_2) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,188. Koefisien bernilai positif yang berarti antara variabel promosi dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif.
 - d. Koefisien regresi variabel kemasan bernilai positif sebesar 0,431. Hal ini diartikan bahwa apabila variabel kemasan (X_3) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,431. Koefisien bernilai positif yang berarti antara variabel kemasan dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (label halal, promosi, dan kemasan) berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Ketentuan dari uji hipotesis ini yaitu dengan membandingkan nilai t tabel dengan t hitung, maupun dengan membandingkan nilai signifikansinya. Adapun nilai t tabel adalah t

= $\alpha / 2$ (karena dua sisi) ; $n-k-1 = 0,05/2$; $100 - 3 - 1 = 0,025; 96 = 1,98498$. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut⁸:

- 1) Apabila t hitung < t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- 2) Apabila t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika menggunakan nilai signifikansi adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai sig. < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) jika nilai sig. > 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4.23
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.748	2.851		2.718	.008
	LABEL HALAL	.115	.106	.107	1.088	.279
	PROMOSI	.188	.081	.214	2.317	.023
	KEMASAN	.431	.097	.440	4.453	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan pada hasil uji parsial di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh label halal (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hipotesis :

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Label Halal terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

⁸ Hantono, *Konsep Analisa Laporan Keuangan . . .*, hal. 74-75.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara Label Halal terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.23 di atas diperoleh nilai t hitung untuk variabel label halal adalah sebesar 1,088 sedangkan nilai t tabel adalah sebesar 1,98498, maka nilai t hitung < t tabel yaitu $1,088 < 1,98498$, dan nilai signifikansi untuk variabel label halal adalah $0,279 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian Produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

2. Pengaruh promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hipotesis :

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.23 di atas diperoleh nilai t hitung untuk variabel promosi adalah sebesar 2,317 sedangkan nilai t tabel adalah sebesar 1,98498, maka nilai t hitung > t tabel yaitu $2,317 > 1,98498$, dan nilai signifikansi untuk variabel promosi adalah $0,023$

$< 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian Produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

3. Pengaruh kemasan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hipotesis :

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kemasan terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara Kemasan terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.23 di atas diperoleh nilai t hitung untuk variabel kemasan adalah sebesar 4,453 sedangkan nilai t tabel adalah sebesar 1,98498, maka nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $4,453 > 1,98498$, dan nilai signifikansi untuk variabel kemasan adalah $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kemasan terhadap keputusan pembelian Produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (label halal, promosi, dan kemasan) terhadap variabel terikat (keputusan

pembelian) secara bersama-sama. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel maupun dengan membandingkan nilai signifikansinya. Adapun nilai F tabel adalah = $F(k; n - k) = (3; 100 - 3) = (3;97) = 2,70$. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut⁹ :

- 1) Apabila F hitung > F tabel, maka tolak H_0 dan terima H_1 .
- 2) Sebaliknya, apabila F hitung < F tabel, maka terima H_0 dan tolak H_1 .

Jika menggunakan nilai signifikansi adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai sig. < 0,05, maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Sebaliknya, jika nilai sig. > 0,05 maka variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Tabel 4.24
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	254.128	3	84.709	22.983	.000 ^b
	Residual	353.832	96	3.686		
	Total	607.960	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KEMASAN, PROMOSI, LABEL HALAL

⁹ *Ibid.*, hal. 72-73.

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Label Halal, Promosi, dan Kemasan terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara Label Halal, Promosi, dan Kemasan terhadap keputusan pembelian produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.24 di atas, diperoleh nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung adalah sebesar 22,983. Sedangkan, nilai F tabel pada $\alpha = 5\%$, $df_1 = 3$ dan $df_2 = 97$ adalah sebesar 2,70. Sehingga, nilai F hitung $>$ F tabel ($22,983 > 2,70$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan terima H_1 , yaitu ada pengaruh secara simultan antara variabel label halal, promosi, dan kemasan terhadap keputusan pembelian Produk Jamur Mantan di Kabupaten Trenggalek.

6. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya.¹⁰ Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya yaitu dengan melihat pada nilai *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary*.

¹⁰ *Ibid.*, hal. 71.

Tabel 4.25
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.418	.400	1.920

a. Predictors: (Constant), KEMASAN, PROMOSI, LABEL HALAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.25 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* = 0,400 atau 40%. Hal ini diartikan bahwa kemampuan variabel bebas yang terdiri dari variabel label halal, promosi, dan kemasan dalam menjelaskan variabel keputusan pembelian adalah sebesar 40%. Sisanya (100% – 40% = 60%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.