

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Profil Fakultas dan Bisnis Islam (FEBI)**

###### **a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung merupakan bentuk pengembangan dan peningkatan serta pemantapan status kelembagaan dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) merupakan bentuk pengembangan dan peningkatan serta yang mandiri. Dengan status kemandiriannya itu STAIN Tulungagung diharapkan akan mempunyai peran yang semakin penting dan mantap dalam meningkatkan kecerdasan, harkat dan martabat bangsa, dengan menghasilkan tenaga ahli/sarjana islam yang memiliki wawasan yang luas dan terbuka, kemampuan berfikir integratif dan perspektif dan memiliki kemampuan menejerial dan profesionalisme sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat dalam era globalisasi.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung berdiri berawal dari Sekolah Persiapan (SP) Singoleksono kemudian berturut-turut mengalami perubahan dan perkembangan menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Tulungagung, Sekolah

Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung . oleh karena itu, untuk meruntut sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dengan sendirinya tidak mungkin menafikkan perjalanan sejarah masing-masing dari keempat kelembagaan tersebut yang paparan berikutnya akan dipilah menjadi empat periode kelembagaan, yaitu:

- 1) Pertama, periode Sekolah Persiapan (SP) IAI Singksono.
- 2) Kedua, periode Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Tulungagung.
- 3) Ketiga, periode Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung.
- 4) Keempat, periode Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Seiring dengan perkembangan dan ketersediaan sarana, prasarana, SDM, dan peningkatan jumlah mahasiswa, maka Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung ditingkatkan alih status kelembagaannya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Alaih status ini ditetapkan dengan Peraturan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2013 pada tanggal 6 Agustus 2013 tentang Alih Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dan dikuatkan dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 90 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama

Islam Negeri Tulungagung. Peresmian IAIN Tulungagung dilakukan pada tanggal 27 Desember 2013 oleh Menteri Agama RI Suryadharma Ali, M.Sc. Pada saat itu sekaligus dilakukan pelantikan Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, yaitu Prof. Dr. Maftukhin, M.Ag. untuk periode 2013-2017.

Berdasarkan PMA Nomor 0 tahun 2013 tentang organisasi dan Tata Kerja IAIN Tulungagung tersebut IAIN Tulungagung terdiri dari 4 (empat) Fakultas, yaitu Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum; Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan; Fakultas Ushuludin Adab dan dakwah; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Pascasarjana. Seluruh Program studi di Jurusan Tarbiyah menjadi bagian dari FTIK, program studi pada jurusan Ushuludin pada FUAD, sedangkan program studi pada Jurusan Syariah, program Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Keluarga menjadi bagian Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum dan program studi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah bagian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Sejak peresmian IAIN Tulungagung tersebut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengelola 2 (dua) program studi, yaitu Perbankan Syariah dan program studi Ekonomi Syariah. Program studi Perbankan Syariah mulanya tergabung dengan jurusan Syariah, berdiri pada tahun 2010, sehingga mahasiswa angkatan pertama adalah Tahun Akademik 2010/2011. Pada awal berdirinya,

program studi Perbankan Syariah bernama Manajemen Perbankan Syariah (MPS). Kemudian berdasarkan SK Dirjen Pendis tentang penataan program studi, pada tahun 2012 mengalami perubahan nama menjadi Perbankan Syariah. Gelar yang diperoleh dari program studi Perbankan Syariah adalah Sarjana Ekonomi Syariah (S.E., Sy.). Pada saat masih tergabung dengan Jurusan Syariah (dalam bentuk STAIN) Ketua Program Studi Perbankan Syariah dijabat oleh Dr. Agus Eko Sujianto, SE, MM untuk periode 2010-2014.

Sedangkan program studi Ekonomi Syariah berdiri pada tahun 2012 juga bergabung dengan Jurusan Syariah (STAIN) sehingga menerima mahasiswa baru pertama kali pada Tahun Akademik 2012/2013. Gelar yang diperoleh dari program studi ekonomi Syariah adalah Sarjana Ekonomi syariah (S.E., Sy). Ketua Program studi Ekonomi Syariah yang pertama dijabat oleh Muhammad Aswad, M.Ag. untuk periode 2012-2014.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 6 program studi, yaitu:

- 1) Program Studi Perbankan Syariah (PS)
- 2) Program Studi Ekonomi Syariah (ES)
- 3) Program Studi Akuntansi Syariah (AKS)
- 4) Program Studi Manajemen Zakat Wakaf (MAZAWA)
- 5) Program Studi Manajemen Bisnis Islam (MBS)

6) Program Studi Manajemen Keuangan Syariah (MKS)

b. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

1) Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pusat pengkajian, pengembangan dan penerapan ilmu ekonomi dan bisnis islam yang mampu bersaing secara nasional pada Tahun 2021

2) Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a) Menyelenggarakan program pendidikan dan pengajaran untuk menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan kompetitif dalam mengembangkan ketrampilan di bidang ekonomi dan bisnis islam.

b) Menyelenggarakan kegiatan penelitian dan pengkajian keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis islam secara multidisipliner yang berkualitas dan bermanfaat bagi kepentingan akademik masyarakat.

c) Menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara efektif dan berkelanjutan dengan memanfaatkan keilmuan dibidang ekonomi dan bisnis islam dalam rangka memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

d) Membangun kerja sama dengan berbagai pihak (baik dalam maupun luar negeri) untuk meningkatkan kualitas dan

kuantitas pelaksanaan tridharma Perguruan Tinggi, terutama dalam bidang ekonomi dan bisnis islam.

3) Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- a) Terselenggaranya tata kella yang terkoodinasi, terstruktur, dan hirarkis dari masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi serta tanggung jawab.
- b) Terwujudnya sarjana ekonomi dan bisnis islam yang kompetitif, jujur, adil, berjiwa *entrepreneur* yang kehidupan mampu menganalisis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai kebutuhan masyarakat.
- c) Terseenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan, dan pemberdayaan ekonomi yeg dilakukan masyarakat.
- d) Terselenggranya kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah dan swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan profesional, baik di tingkat kabupaten, profinsi, nasional, maupun internasional melalui program magang, praktek pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/kuliah tamu, dan rekrutmen kerja lulusan dan pengadaan sarana prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak.

- e) Tergalinya potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang mampu membuka pangsa pasar baru.

## **2. Profil Ekonomi Syariah**

### **a. Profil Lulusan**

Profil lulusan dari program studi Ekonomi Syariah adalah sebagai praktisi keuangan syariah, dewan pengawas syariah, peneliti dan konsultan bisnis syariah, dan menjadi enterpreneur/praktisi pengembang ekonomi berbasis pemberdayaan masyarakat.

### **b. Visi**

Menjadi pusat pengembangan keilmuan dan memiliki kompetensi integratif dalam aspek ilmu ekonomi syariah dan keuangan syariah serta mampu bersaing baik nasional maupun global.

### **c. Misi**

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi syariah melalui tahap pendidikan akademik dan menciptakan tenaga profesional baik yang bersifat teoritis maupun praktis berlandaskan moral dan etika islami

- 2) Menyelenggarakan sistem akademisi melalui pengkajian dan penelitian bidang ekonomi dan atau keuangan syariah berkelanjutan.
- 3) Mendidik mahasiswa berdedikasi tinggi serta bertanggung jawab pada keilmuan, sosial dan lingkungan.
- 4) Mengembangkan program studi ekonomi syariah sebagai penghasil sumber daya manusia yang ahli dan terampil sesuai kebutuhan pasar industri keuangan syariah.
- 5) Membangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dengan lembaga-lembaga pemerintah dan non-pemerintah, baik dalam maupun luar negeri.

d. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomi syariah yang beriman dan bertaqwa, berorientasi pada kualitas, transparansi, akuntabilitas, dan profesionalitas.
- 2) Mampu menerapkan pengetahuan dan ketrampilan di masyarakat sesuai disiplin ekonomi syariah.
- 3) Terampil dan menguasai dasar-dasar ilmiah dalam bidang ilmu ekonomi syariah sehingga mampu mengidentifikasi, memahami, menjelaskan, mengevaluasi secara kritis dan merumuskan cara menyelesaikan masalah yang ada dalam cakupan disiplin ilmu syariah.

## B. Karakteristik Responden

Berdasarkan responden yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti meliputi tahun angkatan mahasiswa Ekonomi Syariah.

**Tabel 4.1**  
**Tahun Angkatan Mahasiswa**

Tahun angkatan	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
2017	53	53 %
2018	26	26 %
2019	11	11 %
2020	10	10 %
Total	100	100 %

Sumber: data primer diambil melalui google form

Dari tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini responden paling banyak adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun angkatan 2017 dengan jumlah presentase 53%, tahun angkatan 2018 dengan jumlah presentase 26%, tahun angkatan 2019 dengan jumlah presentase 11%, dan tahun angkatan 2020 dengan jumlah presentase 10%.

## C. Diskripsi Data Penelitian

Angket yang telah disebar oleh peneliti kepada responden melalui Google Formulir yang terdiri atas 24 item pernyataan dalam 3 kategori :

1. Tujuh pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh *packaging* (X1)
2. Delapan pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh label halal (X2)
3. Sembilan pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh keputusan pembelian (Y)

Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Variabel *Packaging* (X1)**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	50	50%	43	43%	5	5%	1	1%	1	1%
X1.2	53	53%	39	39%	6	6%	1	1%	1	1%
X1.3	66	66%	24	24%	9	9%	1	1%	0	0%
X1.4	48	48%	37	37%	13	13%	1	1%	1	1%
X1.5	56	56%	30	30%	11	11%	3	3%	0	0%
X1.6	63	63%	27	27%	10	10%	0	0%	0	0%
X1.7	74	74%	22	22%	2	2%	2	2%	0	0%

Sumber: data primer diambil melalui google form

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui variabel *Packaging* (X1), pada item (X1.1) yaitu “Perpaduan warna yang unik membantu saya dalam membedakan suatu produk kemasan dengan produk kemasan yang lain.”

Sebanyak 50 responden dengan presentase 50% menyatakan sangat setuju, 43 responden dengan presentase 43% menyatakan setuju, 5 responden dengan presentase 5% menyatakan netral, 1 responden dengan presentase 1% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden dengan presentase 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah setuju dengan perpaduan warna pada kemasan dapat membedakan satu produk dengan produk lainnya.

Item (X1.2) yaitu “Warna pada kemasan membantu saya untuk mengenali produk yang saya inginkan.” Sebanyak 53 responden dengan jumlah presentase 53% menyatakan sangat setuju, 39 responden dengan presentase 39% menyatakan setuju, 6 responden dengan presentase 6% menyatakan netral, 1 responden dengan presentase 1% menyatakan tidak setuju, 1 responden dengan presentase 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam setuju dengan warna pada kemasan dapat membantu mengenali produk yang diinginkan.

Item (X1.3) yaitu “Logo pada sebuah produk kemasan membantu saya dalam mengenali produk ketika hendak membeli.” Sebanyak 66 responden dengan jumlah presentase 66% menyatakan sangat setuju, 24 responden dengan presentase 24% menyatakan setuju, 9 responden dengan jumlah presentase 9% menyatakan netral, dan 1 responden dengan presentase 1% menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian besar

mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah menyatakan sangat setuju dengan logo kemasan dapat membantu mengenali suatu produk kemasan.

Item (X1.4) yaitu “Saya lebih mudah mengenali produk yang saya inginkan dari model desain kemasan yang menjadi ciri khas suatu produk.” Sebanyak 48 responden dengan jumlah presentase 48% menyatakan sangat setuju, 37 responden dengan jumlah presentase menyatakan setuju, 13 responden dengan jumlah presentase 13% menyatakan netral, 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan tidak setuju, 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah setuju dengan model kemasan menjadi ciri khas suatu produk kemasan dan dapat mempermudah mengenali produk yang diinginkan.

Item (X1.5) yaitu, “Saya lebih menyukai bentuk kemasan yang simpel sehingga mudah untuk disimpan.” Sebanyak 56 responden dengan jumlah presentase 56% menyatakan sangat setuju, 30 responden dengan jumlah presentase 30% menyatakan setuju, 11 responden dengan jumlah presentase 11% menyatakan netral, 3 responden dengan jumlah presentase 3%

menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah sebagian besar sangat setuju dengan kemasan yang simpel dan mudah untuk disimpan.

Item (X1.6) yaitu, “Saya lebih menyukai ukuran kemasan yang praktis dan mudah untuk dibuka.” Sebanyak 63 responden dengan jumlah

presentase 63% menyatakan sangat setuju, 27 responden dengan jumlah presentase 27% menyatakan setuju, dan 10 responden dengan jumlah presentase 10% menyatakan netral. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian besar Jurusan Ekonomi Syariah menyatakan sangat setuju dengan ukuran kemasan yang praktis dan mudah dibuka.

Item (X1.7) yaitu, “Saya lebih memilih produk yang memiliki kemasan tidak mudah rusak dan aman dalam melindungi produk.” Sebanyak 74 responden dengan jumlah presentase 74% menyatakan sangat setuju, 22 responden dengan jumlah presentase 22% menyatakan setuju, 2 responden dengan jumlah presentase 2% menyatakan netral, dan 2 responden dengan jumlah presentase 2% menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian besar mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah sangat setuju dengan kemasan yang tidak mudah rusak dan aman dalam melindungi produk.

**Tabel 4.3**  
**Variabel Label Halal (X2)**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	86	86%	14	14%	0	0%	0	0%	0	0%
X2.2	64	64%	26	26%	8	8%	1	1%	1	1%
X2.3	70	70%	24	24%	6	6%	0	0%	0	0%
X2.4	69	69%	25	25%	6	6%	0	0%	0	0%
X2.5	65	65%	27	27%	8	8%	0	0%	0	0%

X2.6	74	74%	22	22%	4	4%	0	0%	0	0%
X2.7	72	72%	22	22%	5	5%	1	1%	0	0%
X2.8	43	43%	43	43%	13	13%	1	1%	0	0%

Sumber: data primer diambil melalui google form

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui variabel label halal (X2), item (X2.1) yaitu, “ Saya memahami maksud dari gambar tersebut (logo halal MUI) yang ada dalam produk kemasan.” Sebanyak 86 responden dengan jumlah presentase 86% menyatakan sangat setuju, dan 14 responden dengan jumlah presentase 14% menyatakan setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah memahami maksud dari logo halal yang ada dalam produk kemasan.

Item (X2.2) yaitu, “Saya selalu memperhatikan gambar atau logo tersebut ketika hendak membeli suatu produk kemasan.” Sebanyak 64 responden dengan jumlah presentase 64% menyatakan sangat setuju, 26 responden dengan jumlah presentase 26% menyatakan setuju, 8 responden dengan jumlah presentase 8% menyatakan netral, 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah selalu memperhatikan gambar atau logo halal MUI ketika membeli produk kemasan.

Item (X2.3) yaitu, “Tulisan “Halal” pada gambar atau logo yang ada dalam kemasan produk dapat terbaca dengan jelas.” Sebanyak 70 responden dengan jumlah presentase 70% menyatakan sangat setuju, 24

responden dengan jumlah responden menyatakan setuju, dan 6 responden dengan jumlah presentase menyatakan netral. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah memperhatikan tulisan halal pada gambar dalam kemasan produk dengan jelas.

Item (X2.4) yaitu, “Adanya tulisan “Halal” pada suatu produk kemasan produk membantu saya untuk mengidentifikasi produk sebelum melakukan pembelian.” Sebanyak 69 responden dengan jumlah presentase 69% menyatakan sangat setuju, 25 responden dengan jumlah presentase 25% menyatakan setuju, dan 6 responden dengan jumlah presentase 6% menyatakan netral. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah terbantu dengan adanya tulisan halal pada produk kemasan dapat mengidentifikasi pemilihan produk sebelum membeli.

Item (X2.5) yaitu, “Saya mengetahui gabungan gambar atau tulisan pada kemasan produk merupakan “Label Halal” yang dikeluarkan resmi oleh MUI.” Sebanyak 65 responden dengan jumlah presentase 65% menyatakan sangat setuju, 27 responden dengan jumlah presentase 27% menyatakan setuju, dan 8 responden dengan jumlah presentase 8% menyatakan netral. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah mengetahui gabungan gambar dan tulisan Label Halal yang dikeluarkan oleh MUI.

Item (X2.6) yaitu, “Adanya “Label Halal” membantu saya untuk mendapatkan informasi kehalalan suatu produk dan keyakinan akan kualitas produk.” Sebanyak 74 responden dengan presentase 74%

menyatakan sangat setuju, 22 responden dengan jumlah presentase 22% menyatakan setuju, dan 4 responden dengan jumlah presentase 4% menyatakan netral. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah terbantu dengan adanya Label Halal untuk mendapatkan informasi terhadap suatu produk kemasan.

Item (X2.7) yaitu, “Adanya “Label Halal” menjadi salah satu pertimbangan untuk membeli suatu produk kemasan.” Sebanyak 72 responden dengan jumlah presentase 72% menyatakan sangat setuju, 22 responden dengan jumlah presentase 22% menyatakan setuju, 5 responden dengan jumlah presentase 5% menyatakan netral, dan 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah mempertimbangkan Label Halal dalam membeli produk kemasan.

Item (X2.8) yaitu, “Dalam memilih sebuah produk, saya mengetahui dengan jelas dimana letak “Label Halal” pada suatu kemasan produk.” Sebanyak 43 responden dengan jumlah presentase 43% menyatakan sangat setuju, 43 responden dengan jumlah presentase 43% menyatakan setuju, 13 responden dengan jumlah presentase 13% menyatakan netral, dan 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan tidak setuju. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa rata-rata mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah mengetahui dengan jelas letak Label Halal pada kemasan produk.

**Tabel 4.4**  
**Variabel Keputusan Beli (Y)**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	60	60%	37	37%	3	3%	0	0%	0	0%
Y2	58	58%	35	35%	7	7%	0	0%	0	0%
Y3	38	38%	33	33%	25	25%	3	3%	1	1%
Y4	47	47%	40	40%	12	12%	0	0%	1	1%
Y5	57	57%	34	34%	9	9%	0	0%	0	0%
Y6	40	40%	41	41%	17	17%	1	1%	1	1%
Y7	60	60%	35	35%	3	3%	1	1%	1	1%
Y8	70	70%	22	22%	7	7%	1	1%	0	0%
Y9	70	70%	25	25%	4	4%	1	1%	0	0%

Sumber: data primer diambil melalui google form

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui variabel Keputusan Beli (Y), item (Y1) yaitu, “Kualitas, mutu, serta jaminan halal merupakan standar yang selalu saya terapkan dalam membeli suatu produk kemasan.” Sebanyak 60 responden dengan jumlah presentase 60% menyatakan sangat setuju, 37 responden dengan jumlah presentase 37% menyatakan setuju, dan 3 responden dengan jumlah presentase 3% menyatakan netral. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah menerapkan standar kualitas, mutu, dan jaminan halal pada suatu produk.

Item (Y2) yaitu, “Pengalaman pribadi merupakan informasi yang paling akurat yang saya jadikan acuan dalam memilih produk kemasan.” Sebanyak 58 responden dengan jumlah presentase 58% menyatakan sangat setuju, 35 responden dengan jumlah presentase sebanyak 35% menyatakan setuju, dan sebanyak 7 responden dengan jumlah presentase 7% menyatakan netral. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah menjadikan pengalaman pribadi sebagai informasi paling akurat dalam pemilihan produk.

Item (Y3) yaitu, “Rekomendasi dari teman atau saudara merupakan salah satu acuan saya dalam memilih suatu produk kemasan.” Sebanyak 38 responden dengan jumlah presentase 38% menyatakan sangat setuju, 33 responden dengan jumlah presentase 33% menyatakan setuju, 25 responden dengan jumlah presentase 25% menyatakan netral, 3 responden dengan jumlah presentase 3% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa rata-rata mahasiswa menyetujui rekomendasi dari teman atau saudara adalah acuan dalam memilih suatu produk.

Item (Y4) yaitu, “Informasi yang ada dalam kemasan saya jadikan sebagai acuan dalam membeli produk kemasan.” Sebanyak 47 responden dengan jumlah presentase 47% menyatakan sangat setuju, 40 responden dengan jumlah presentase 40% menyatakan setuju, 12 responden dengan jumlah presentase 12% menyatakan netral, dan 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam hal ini dapat

disimpulkan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah menyetujui bahwa informasi yang ada dalam kemasan dijadikan sebagai acuan dalam membeli suatu produk.

Item (Y5) yaitu, “Harga menjadi salah satu pengaruh besar dalam keputusan memilih produk kemasan.” Sebanyak 57 responden dengan jumlah presentase 57% menyatakan sangat setuju, 34 responden dengan jumlah presentase 34% menyatakan setuju, dan sebanyak 9 responden dengan jumlah presentase 9% menyatakan netral. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah melihat harga dalam memutuskan pemilihan produk.

Item (Y6) yaitu, “Saya selalu mempertimbangkan merk produk sebelum saya memutuskan untuk membelinya.” Sebanyak 40 responden dengan jumlah presentase 40% menyatakan sangat setuju, 41 responden dengan jumlah presentase 41% menyatakan setuju, 17 responden dengan jumlah 17% menyatakan netral, 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah mempertimbangkan merk dalam memutuskan pembelian.

Item (Y7) yaitu, “Kelengkapan atribut pada produk kemasan seperti “Label Halal”, komposisi produk berpengaruh dalam keputusan pembelian saya.” Sebanyak 60 responden dengan jumlah presentase 60% menyatakan sangat setuju, 35 responden dengan jumlah presentase 35% menyatakan

setuju, 3 responden dengan jumlah presentase 3% menyatakan netral, 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah memperhatikan atribut produk seperti label halal dan komposisi produk sebagai acuan keputusan pembelian.

Item (Y8) yaitu, “Dari semua jenis produk kemasan saya tetap memilih produk yang memiliki label halal dan memiliki kemasan yang praktis dan aman.” Sebanyak 70 responden dengan jumlah presentase sebanyak 70% menyatakan sangat setuju, 22 responden dengan jumlah presentase 22% menyatakan setuju, 7 responden dengan jumlah presentase 7% menyatakan netral, dan sebanyak 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah memilih produk yang berlabel halal serta memiliki kemasan yang praktis dan aman.

Item (Y9) yaitu, “Saya merasa aman dan puas setelah membeli produk kemasan yang memiliki label halal.” Sebanyak 70 responden dengan jumlah presentase 70% menyatakan sangat setuju, 25 responden dengan jumlah presentase 25% menyatakan setuju, 4 responden dengan jumlah presentase 4% menyatakan netral, dan 1 responden dengan jumlah presentase 1% menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah merasa aman dan puas setelah membeli produk yang memiliki label halal.

## D. Uji Validitas dan Reabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dan reabilitas instrumen, digunakan analisis menggunakan SPSS. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya item-item kuesioner dengan menggunakan metode *person correlation*. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Apabila  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel 0,1966. Dapat diketahui bahwa item pernyataan X1, X2, dan Y lebih dari  $r$  tabel 0,1966.

Hasil pengujian validitas instrumen dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Variabel Packaging**

Produk	<i>Pearson Correlation</i>	$R_{\text{tabel}}$ (N=100) Taraf Signifikasi 5%	Validitas
X1.1	,713	0,1966	Valid
X1.2	,770	0,1966	Valid
X1.3	,708	0,1966	Valid
X1.4	,777	0,1966	Valid
X1.5	,638	0,1966	Valid
X1.6	,699	0,1966	Valid
X1.7	,717	0,1966	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.5 Uji Validitas dapat diketahui bahwa item (X1.1) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,713 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X1.2) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,770 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X1.3) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,708 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X1.4) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,777 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X1.5) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,638 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X1.6) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,799 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X1.7) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,717 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid.

**Tabel 4.6**  
**Variabel Label Halal**

Produk	<i>Pearson Corelation</i>	$R_{tabel}$ (N=100) Taraf Signifikasi 5%	Validitas
X2.1	,478	0,1966	Valid
X2.2	,643	0,1966	Valid
X2.3	,707	0,1966	Valid
X2.4	,775	0,1966	Valid
X2.5	,652	0,1966	Valid
X2.6	,709	0,1966	Valid
X2.7	,775	0,1966	Valid
X2.8	,673	0,1966	Valid

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.6 uji validitas variabel label halal dapat diketahui bahwa item (X2.1) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,478 > 0,1966$ )

maka indikator dinyatakan valid, item (X2.2) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,643 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X2.3) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,707 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X2.4) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,775 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X2.5) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,652 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X2.6) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,709 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X2.7) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,775 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid, item (X2.8) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,673 > 0,1966$ ) maka indikator dinyatakan valid.

**Tabel 4.7**  
**Variabel Keputusan Beli**

Produk	<i>Pearson Corelation</i>	$R_{tabel}$ (N=100) Taraf Signifikasi 5%	Validitas
Y1	,730	0,1966	Valid
Y2	,659	0,1966	Valid
Y3	,594	0,1966	Valid
Y4	,750	0,1966	Valid
Y5	,589	0,1966	Valid
Y6	,626	0,1966	Valid
Y7	,718	0,1966	Valid
Y8	,715	0,1966	Valid
Y9	,678	0,1966	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.7 uji validitas variabel keputusan beli dapat diketahui bahwa item (Y1) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$

(0,730>0,1966) maka indikator dinyatakan valid, item (Y2) dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,659>0,1966) maka indikator dinyatakan valid, item (Y3) dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,594>0,1966) maka indikator dinyatakan valid, item (Y4) dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,750>0,1966) maka indikator dinyatakan valid, item (Y5) dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,589>0,1966) maka indikator dinyatakan valid, item (Y6) dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,626>0,1966) maka indikator dinyatakan valid, item (Y7) dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,718>0,1966) maka indikator dinyatakan valid, item (Y8) dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,715>0,1966) maka indikator dinyatakan valid, item (Y9) dengan nilai  $r_{hitung}>r_{tabel}$  (0,678>0,1966) maka indikator dinyatakan valid.

## 2. Uji Reabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas menggunakan metode Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach's > dari 0.60. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Alpha Cronbach 0,00 – 0.20 berarti kurang reliabel

- 2) Nilai Alpha Cronbach 0,21 – 0.40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai Alpha Cronbach 0,41 – 0.60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai Alpha Cronbach 0,61 – 0.80 berarti reliabel
- 5) Nilai Alpha Cronbach 0,81 – 1.00 berarti sangat reliabel

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reabilitas X1**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,841	7

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Croncach's Alpha* untuk pernyataan no 1 sampai 7 variabel *Packaging* lebih besar dari 0,81 yaitu sebesar 0,841. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah sangat reliabel.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reabilitas X2**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,827	8

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Croncach's Alpha* untuk pernyataan no 1 sampai 8 variabel *Packaging* lebih besar dari 0,81 yaitu sebesar 0,827. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah sangat reliabel.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reabilitas Y**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,842	9

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk pernyataan no 1 sampai 9 variabel *Packaging* lebih besar dari 0,81 yaitu sebesar 0,842. Maka dapat diartikan bahwa angket atau kuesioner ini adalah sangat reliabel.

## **E. Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov dengan membandingkan nilai Sig. dengan taraf signifikan  $\alpha$  (0,05). Jika nilai sig. atau signifikansi  $> 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil pengujian dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan aplikasi software SPSS 26.0 dengan perumusan berikut:

$H_0$  = data tidak berdistribusi normal

$H_1$  = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau  $\alpha = 0,05$ , terima  $H_1$  jika nilai signifikansi  $\geq \alpha$  dan tolak  $H_1$  jika nilai signifikansi  $\leq \alpha$ .

Hasil uji normalitas data penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

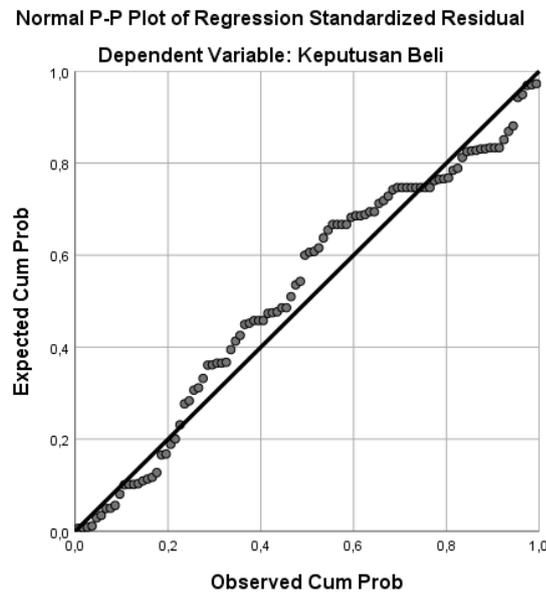
**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas Data**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,41489170
Most Extreme Differences	Absolute	,113
	Positive	,061
	Negative	-,113
Test Statistic		,113
Asymp. Sig. (2-tailed)		,003 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		,142
Point Probability		,000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau Exact Sig. (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ ) memiliki hasil yang menunjukkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi atau *Exact Sig. (2-tailed)* sebesar 0,142 lebih besar dari 0,05 ( $0,142 > 0,05$ ).

**Gambar 4.1**  
**Uji P-Plot**



Pada normalitas data dengan Normal P-P Plot gambar 4.1, data pada variabel yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model dari regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal yakni variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Uji ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan nilai *yolerance*, gejala

multikolinieritas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai tolerance kurang dari 0,10.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,748	2,971		1,935	,056		
	Packaging	,394	,090	,359	4,388	,000	,637	1,571
	Label Halal	,593	,098	,493	6,027	,000	,637	1,571

a. Dependent Variable: Keputusan Beli

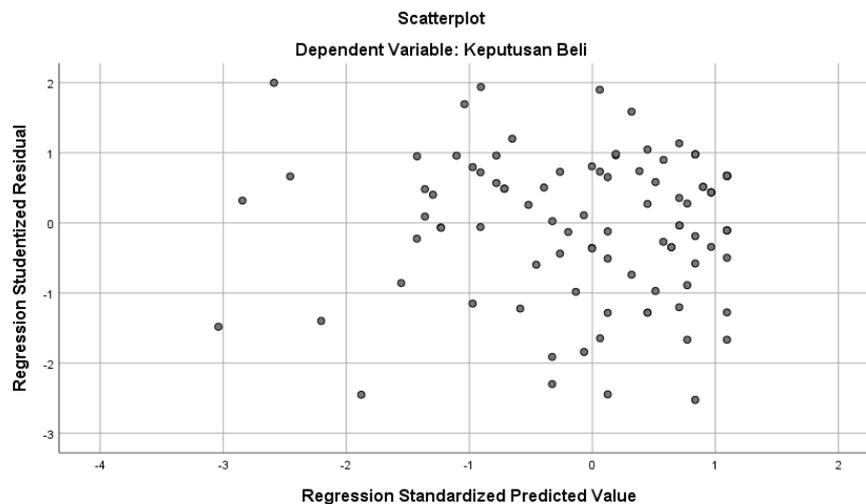
Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Dari hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu: packaging 1,571, dan label halal 1,571. Selanjutnya nilai *Tolerance* variabel packaging sebesar 0,637 dan label halal 0,637. Sehingga dapat dikatakan variabel-variabel independen terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model.

**Gambar 4.2**  
**Scatterplot**



Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Dari grafik diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak terjadi Heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi keputusan pembelian produk kemasan berdasarkan masukan variabel independen (packaging dan label halal).

#### **F. Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan) antara variabel bebas (packaging dan label halal) dengan variabel terikat (keputusan beli produk kemasan). Secara ringkas hasil uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,748	2,971		1,935	,056
	Packaging	,394	,090	,359	4,388	,000
	Label Halal	,593	,098	,493	6,027	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Beli

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel diatas maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5,748 + 0,394X_1 + 0,593X_2$$

Keterangan:

X<sub>1</sub> : Packaging

X<sub>2</sub> : Label Halal

Y : Keputusan Beli Produk Kemasan

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 5,748, artinya jika packaging (X<sub>1</sub>) dan label halal (X<sub>2</sub>) nilainya adalah 0, maka keputusan beli (Y) nilainya sebesar 5,748.
- 2) Koefisien regresi variabel packaging (X<sub>1</sub>) sebesar 0,394. Hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% packaging/kemasan, maka akan meningkatkan keputusan beli produk kemasan sebesar 0,394. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh

positif antara packaging dengan keputusan beli produk, semakin baik faktor packaging/kemasan maka semakin meningkat pula keputusan beli suatu produk kemasan.

- 3) Koefisien regresi variabel label halal ( $X_2$ ) sebesar 0,593. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan 1% label halal, maka akan meningkatkan keputusan beli suatu produk sebesar 0,593. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara label halal dengan tingkat keputusan beli suatu produk, semakin baik faktor label halal maka semakin meningkat pula keputusan beli pada suatu produk kemasan.

## **G. Uji Hipotesis**

### **1. Uji T (Uji Parsial)**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kemasan/packaging dan label halal mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Adapun hipotesis awal sebagai berikut:

$H_0$  = packaging dan label halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

$H_1$  = packaging dan label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji T.**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,748	2,971		1,935	,056
Packaging	,394	,090	,359	4,388	,000
Label Halal	,593	,098	,493	6,027	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Beli

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Packaging (X1) Terhadap Keputusan Beli (Y)

$H_0$  = packaging secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

$H_1$  = packaging secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai packaging t hitung 4,388 lebih besar dari t tabel yaitu 1,988 maka packaging/kemasan berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan beli produk kemasan, dan nilai signifikansi packaging sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 maka packaging signifikan terhadap keputusan pembelian produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

2) Pengaruh Label Halal (X2) Terhadap Keputusan Beli (Y)

$H_0$  = label halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

$H_1$  = label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial didapat nilai label halal  $t$  hitung sebesar 6,027 lebih besar dari  $t$  tabel yaitu 1,988 maka label halal berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan beli produk kemasan, dan nilai signifikan label halal sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 maka label halal signifikan terhadap keputusan beli produk kemasan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

## 2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh secara simultan antara packaging dan label halal terhadap keputusan beli produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

Adapun hipotesis awal sebagai berikut:

$H_0$  = packaging dan label halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

$H_1$  = packaging dan label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	925,293	2	462,647	68,701	,000 <sup>b</sup>
	Residual	653,217	97	6,734		
	Total	1578,510	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Beli						
b. Predictors: (Constant), Label Halal, Packaging						

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil analisis regresi secara simultan didapatkan nilai F hitung sebesar 68,701 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 atau signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

#### H. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui Adjusted R. Semakin besar angka  $R^2$  maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,766 <sup>a</sup>	,586	,578	2,595
a. Predictors: (Constant), Label Halal, Packaging				
b. Dependent Variable: Keputusan Beli				

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 26.0, 2021

Dari tabel *modal summary*, dapat dilihat bahwa R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,586, artinya packaging dan kemasan memiliki pengaruh sebesar 58% terhadap keputusan beli suatu produk kemasan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung dan 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.