

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Wilayah Kecamatan Wonodadi

Salah satu kecamatan di Kabupaten Blitar adalah Kecamatan Wonodadi, Kecamatan ini terdiri dari 11 desa yaitu Desa Wonodadi, Kaliboto, Salam, Jaten, Rejosari, Tawangrejo, Kebonagung, Kolomayan, Pikatan, Kunir dan Gandekan. Wilayah Kecamatan Wonodadi berada di ketinggian 105 *mdpl*. Wilayah administratif merupakan wilayah dengan batas-batas yang sudah ditentukan berdasar pada kepentingan administrasi pemerintah maupun politik seperti provinsi, kabupaten, kotamadya, kecamatan, desa, dan RT/RW. Luas wilayah administratif Kecamatan Wonodadi adalah 40,35 *km*² dari total luas wilayah Kabupaten Blitar seluas 1.588,79 *km*².⁷⁷

Waktu tempuh pusat kecamatan wonodadi ke pusat Kota Blitar adalah 45 menit. Kecamatan Wonodadi berbatasan dengan Kecamatan Ngantru di Barat, Kecamatan Udanawu di Utara, Kecamatan Srengat di Selatan, dan Kecamatan Udanawu dan Srengat di Timur. Kecamatan Wonodadi terbentuk di tahun 1992 setelah adanya PP no 26 tahun 1992 yang memerintahkan Kabupaten Blitar membentuk kecamatan baru yang

⁷⁷ BPS Kabupaten Blitar, *Kabupaten Blitar dalam Angka*, (Blitar: BPS Kabupaten Blitar, 2020), hlm. 3-33.

anggotanya terdiri dari beberapa desa dari Kecamatan Udanawu dan Kecamatan Srengat.

Laju pertumbuhan penduduk di Kecamatan Wonodadi adalah sebesar 1,77 % dari tahun 2018-2019 atas 51.192 penduduk yang terdiri dari 26.096 laki-laki dan 25.096 perempuan. Dari penduduk-penduduk tersebut terdapat sebanyak 16.103 kepala keluarga dengan rataan banyaknya anggota keluarga sebanyak 3,18 anggota keluarga. Dalam bidang pertanian, Kecamatan Wonodadi memiliki luas sawah 2.209 *Ha* dengan luas irigasi sebesar 647 *Ha*. Sementara luas kebun yang bukan sawah seluas 676 *Ha*. Sementara di bidang peternakan, Kecamatan Wonodadi terdapat serta menghasilkan 8.586 ekor sapi potong, 89 sapi perah, 9 kerbau dan 23 kuda. Untuk kambing ada 6.758 kambing, 488 domba dan 30 babi. Untuk unggas terdapat 112.160 ayam buras, 5.146.981 ayam ras, 37.979 itik dan 5.004 entok.⁷⁸

Meski termasuk kecamatan paling baru di Kabupaten Blitar, Kecamatan Wonodadi sudah teratur dalam segi administratif. Adanya pemecahan wilayah administrasi membuat 3 kecamatan yaitu Kecamatan Udanawu, Kecamatan Srengat dan Kecamatan Wonodadi menjadi lebih mudah dalam memantau dan mengelola desa-desa yang menjadi bagian dari wilayah administratif masing-masing kecamatan sehingga potensi dan kesejahteraan dari masing-masing desa bisa lebih terkesplor secara maksimal serta lebih terjamin dan terfasilitasi.

⁷⁸ *ibid*, hlm. 33-223.

2. Latar Belakang Pembentukan Kecamatan Wonodadi

Kecamatan merupakan daerah bagian kabupaten (kota) yang membawahkan beberapa kelurahan, dikepalai oleh seorang camat.⁷⁹ Salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Blitar adalah Kecamatan Wonodadi. Kecamatan Wonodadi tergolong kecamatan yang baru dan lebih muda jika dibandingkan kecamatan-kecamatan lain yang ada di Kabupaten Blitar.

Latar belakang pembentukan Kecamatan Wonodadi adalah PP nomor 26 tahun 1992 yang diterbitkan oleh Presiden Republik Indonesia. PP nomor 26 tahun 1992 ini ditetapkan tanggal 12 Mei 1992 di Jakarta. Dalam PP ini dibahas mengenai Pembentukan 18 (Delapan Belas) Kecamatan di Wilayah Kabupaten-Kabupaten Daerah Tingkat II Blitar, Lumajang, Situbondo, Lamongan, Probolinggo, Malang, Bojonegoro, dan Kotamadya Daerah Tingkat II Surabaya dalam Wilayah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur.

Pertimbangan pembentukan Kecamatan Wonodadi adalah semakin meningkatnya jumlah penduduk serta volume kegiatan pemerintah dan pembangunan di wilayah kabupaten-kabupaten Daerah Tingkat II Blitar, Lumajang, Situbondo, Lamongan, Probolinggo, Malang, Bojonegoro, dan Kotamadya Daerah Tingkat II Surabaya dalam Wilayah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur, dan dengan tujuan memperlancar pelaksanaan tugas-tugas pelayanan pada bidang pemerintahan serta pembangunan dan juga untuk meningkatkan pemberian pelayanan kepada masyarakat, dengan

⁷⁹ *ibid*, hlm. 3.

pertimbangan perlu adanya pembentukan kecamatan baru pada wilayah yang bersangkutan. Peraturan pemerintah ini diterbitkan karena jika mengacu pada ketentuan Pasal 75 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pokok-pokok Pemerintahan di Daerah, disana disebutkan bahwa pembentukan kecamatan penetapannya harus melalui Peraturan Pemerintah.

3. Maksud dan Tujuan Pembentukan Kecamatan

Tujuan Pembentukan Kecamatan Wonodadi adalah memperlancar pelaksanaan tugas-tugas pelayanan pada bidang pemerintahan serta pembangunan dan juga untuk meningkatkan pemberian pelayanan kepada masyarakat, dengan pertimbangan perlu adanya pembentukan kecamatan baru pada wilayah yang bersangkutan.

Dengan pembentukan Kecamatan Wonodadi diharapkan tugas-tugas pemerintahan dapat dilaksanakan dengan lebih baik serta lebih optimal. Pembagian wilayah dengan membagi desa-desa dari Kecamatan Srengat dan Kecamatan Udanawu ke dalam Wilayah Administratif Kecamatan Wonodadi membuat masing-masing desa lebih terantau dengan mudah dan lebih mudah pengawasannya sehingga fungsi dari desa menjadi lebih maksimal.

4. Visi dan Misi Kabupaten Blitar

Visi⁸⁰

“Menuju Kabupaten Blitar lebih Sejahtera, Maju dan Berdaya Saing”

Misi⁸¹

- a. Meningkatkan taraf kehidupan masyarakat melalui akselerasi program pengentasan kemiskinan, optimalisasi dan pengembangan program pembangunan dan kemasyarakatan yang tepat sasaran,
- b. Memantapkan kehidupan masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan (religius), kearifan lokal dan hukum melalui optimasi kehidupan beragama dan kehidupamn sosial, serta penerapan peraturan perundang-undangan,
- c. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) masyarakat melalui peningkatan mutu bidang pendidikan (termasuk di dalamnya adalah wawasan kebangsaan, budi pekerti, praktek keagamaan) dan kesehatan serta kemudahan akses memperoleh pendidikan dan pelayanan kesehatan yang memadai,
- d. Meningkatkan tata kelola pemerintah yang baik melalui reformasi birokrasi, serta pelayanan publik berbasis tteknologi informasi,

⁸⁰ Dinas Komunikasi dan Informatika, “Visi dan Misi Kabupaten Blitar 2016-2021”, (<https://www.blitarkab.go.id/2016/02/24/visi-dan-misi-kabupaten-blitar/>, diakses pada 2 Februari 2021, 22.45)

⁸¹ Dinas Komunikasi dan Informatika, “Visi dan Misi Kabupaten Blitar 2016-2021”, (<https://www.blitarkab.go.id/2016/02/24/visi-dan-misi-kabupaten-blitar/>, diakses pada 2 Februari 2021, 22.48)

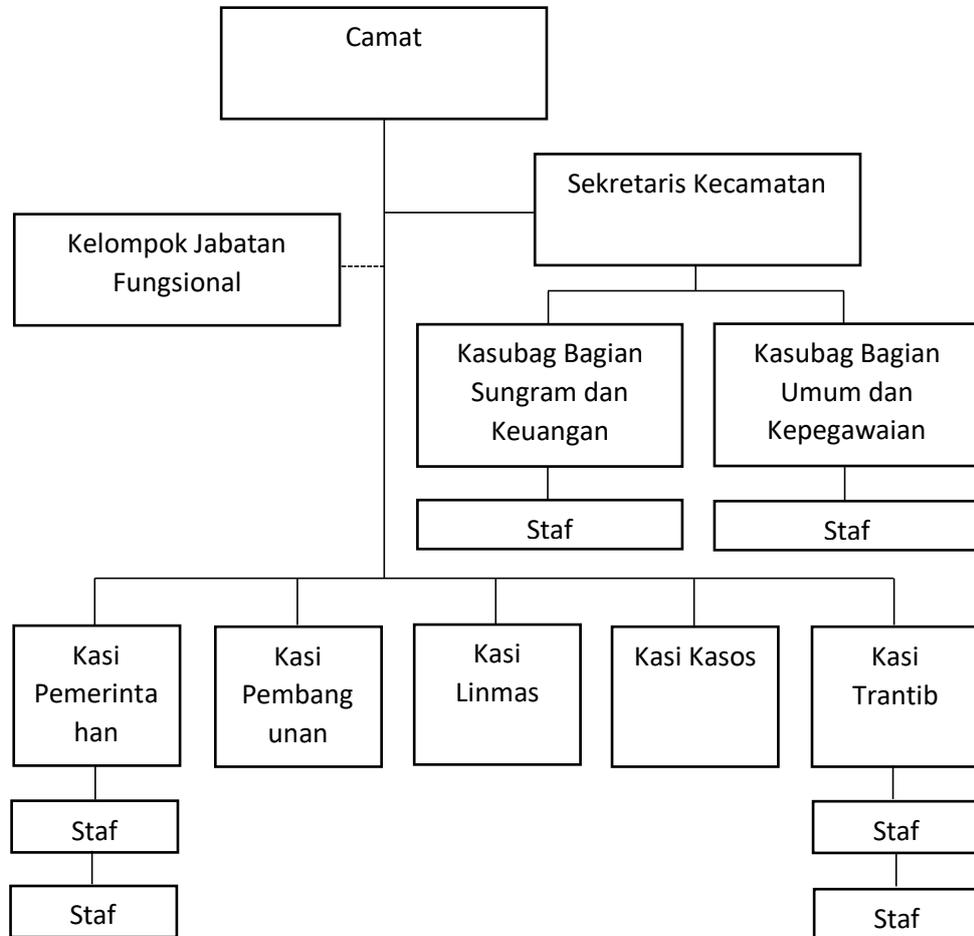
- e. Meningkatkan keberdayaan masyarakat dan usaha ekonomi masyarakat yang memiliki daya saing melalui peningkatan ketrampilan dan keahlian, pengembangan ekonomi kerakyatan berbasis koperasi dan UMKM, ekonomi kreatif, jiwa kewirausahaan, potensi lokal daerah dan penguatan sektor pariwisata serta pemanfaatan sumber daya alam dengan memperhatikan kelestarian lingkungan hidup,
 - f. Meningkatkan pembangunan berbasis desa dan kawasan pedesaan melalui optimalisasi penyelenggaraan pemerintahan desa, pembangunan, pembinaan kemasyarakatan dan pemberdayaan masyarakat desa.
5. Sejarah Singkat Kecamatan Wonodadi

Kecamatan Wonodadi terbentuk setelah terbitnya Peraturan Pemerintah nomor 26 tahun 1992 tentang Pembentukan 18 (Delapan Belas) Kecamatan di Wilayah Kabupaten-Kabupaten Daerah Tingkat II Blitar, Lumajang, Situbondo, Lamongan, Probolinggo, Malang, Bojonegoro, dan Kotamadya Daerah Tingkat II Surabaya dalam Wilayah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur. Setelah terbitnya PP ini pada tanggal 12 Mei 1992 di Jakarta maka secara resmi dilakukan pembentukan Kecamatan Wonodadi. Wilayah Kecamatan Wonodadi meliputi sebagian dari wilayah Kecamatan Udanawu yaitu: Desa Wonodadi, Desa Kaliboto, Desa Salam, Desa Jaten, Desa Rejosari, Desa Tawangrejo, dan Desa Kebonagung ditambah dengan sebagian dari wilayah Kecamatan Srengat yaitu: Desa Kolomayan, Desa Pikatan, Desa Kunir, dan Desa Gandekan.

6. Struktur Organisasi Kecamatan Wonodadi

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Kecamatan Wonodadi



Sumber: Dokumen Kecamatan Wonodadi, 2021

7. Susunan Kepengurusan Kecamatan Wonodadi

Tabel 4.1

Susunan Kepengurusan Kecamatan Wonodadi

No	Pejabat	NIP	Jabatan
1	Drs. Sutikno	196501011986081007	Camat
2	Hariadi, S.Sos	195906061990111007	Sekretaris Kecamatan
3	Basuk Yulianto	196107221992021001	Kasub Bagian Sungram dan Keuangan

4	M. Fathur Rohman, S.Sos	197805232002121007	Staf Kasub Bagian Sungram dan Keuangan
5	Binanik, S.Sos	196901091989032008	Kasub Bagian Umum dan Kepegawaian
6	Binti Srihariyani, S.Sos	197908302003122008	Staf Kasub Bagian Umum dan Kepegawaian
7	Didik Hariadi	196205141986031015	Kasi Pemerintah
8	Totok Priyono, S.E	197408072002121004	Staf Kasi Pemerintah
9	Nurhayati, S.Sos	197403082003122007	Staf Kasi Pemerintah
10	Suhadi, S.Sos	196207221987111001	Kasi Pembangunan
11	Imam Musta'in, Bc. Kn	195905121986031021	Kasi Linmas
12	Drs. Maryono	196212111996021001	Kasi Kesos
13	Wahyudi, S.Sos	196210291986031007	Kasi Trantib
14	Wahyu Widodo	196802291992021003	Staf Kasi Trantib
15	Budi Wahono	198101282008011004	Staf Kasi Trantib

Sumber: *Dokumen Kecamatan Wonodadi, 2021*

B. Paparan Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden digunakan untuk memberikan gambaran mengenai keadaan maupun kondisi responden yang bisa memberikan informasi tambahan untuk bisa memperoleh pemahaman mengenai hasil-hasil penelitian. Penyajian data yang dipaparkan ini memiliki tujuan supaya bisa dilihat profil mengenai data penelitian tersebut serta hubungan antar variabel yang digunakan pada penelitian. Sesuai dengan 38 Pelaku UMKM yang menjadi dasar data dalam penelitian ini, karakteristik dari responden bisa dibagi dalam beberapa kategori. Penggambaran karakteristik dari

responden ini yaitu berdasarkan jenis kelamin, riwayat pendidikan, usia, pekerjaan, dan pendapatan perbulan.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Laki-Laki	12	32
Perempuan	26	68
Total	38	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Dapat dilihat dari tabel 4.2 bahwa mayoritas responden 68% pada penelitian ini merupakan perempuan sebanyak 26 responden, sementara 32% sisanya sebanyak 12 responden adalah laki-laki. Hal ini ditemukan sebab banyak perempuan yang membuka usaha untuk menambah penghasilan keluarga disamping penghasilan dari laki-laki.

b. Riwayat Pendidikan

Tabel 4.3

Data Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan

Riwayat Pendidikan	F	%
SD	2	5
SMP	3	8
SMA	19	50
S1	14	37
Total	38	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Dapat dilihat dari tabel 4.3 bahwa riwayat pendidikan dari masing-masing responden bermacam-macam dimana sebagian besar responden (50%) merupakan lulusan SMA sebanyak 19 responden,

diikuti (31%) lulusan S1 sebanyak 12 responden dan (8%) SMP sebanyak 3 responden serta (5%) SD sebanyak 2 responden lalu kemudian (3%) D3 dan S2 sebanyak 1 responden. Kebanyakan dari responden menjadikan UMKM sebagai sarana memulai usaha dimana mayoritas orang memulai usaha setelah lulus SMA untuk dijadikan batu loncatan ke usaha yang lebih mapan, membangunnya sampai besar, atau sebagai pengisi waktu sembari menimba ilmu di jenjang setelah SMA.

c. Usia

Tabel 4.4

Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	F	%
17-25 tahun	13	34
26-35 tahun	11	29
36 tahun Keatas	14	37
Total	38	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Dapat dilihat dari tabel 4.4 bahwa usia dari responden terbagi secara merata dengan responden terbanyak (37%) adalah 36 tahun keatas sebanyak 14 responden yang kemudian diikuti responden (34%) dengan rentan usia 17-25 tahun sebanyak 13 responden serta responden (29%) merupakan responden antara 26-35 tahun sebanyak 11 responden. Meratanya umur responden mengindikasikan bahwa UMKM sekarang tidak hanya menjadi usaha sampingan namun juag menjadi usaha yang dilakukan dengan serius dan diperhatikan keberlanjutan usahanya.

d. Pekerjaan

Tabel 4.5**Data Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	F	%
Wiraswasta	30	79
Pelajar/Mahasiswa	3	8
Petani	1	2,5
Pegawai Negeri/Swasta	1	2,5
Guru	3	8
Total	38	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Dapat dilihat dari tabel 4.5 bahwa pekerjaan dari responden masih didominasi oleh wiraswasta (79%) dengan 30 responden, pelajar/mahasiswa (8%) dan guru (8%) dengan 3 responden serta petani (2,5%) dan pegawai negeri/swasta (2,5%) sebanyak 1 responden. kebanyakan responden yang dilihat dari pekerjaannya adalah wiraswasta dimana menandakan UMKM semakin diminati untuk dijadikan sebagai pekerjaan yang tidak hanya untuk pekerjaan pendamping namun juga ditekuni secara serius.

e. Pendapatan Perbulan

Tabel 4.6**Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

Laba per Bulan	f	%
< 500.000 - 5.000.000	34	89
< 6.000.000 - 15.000.000	2	5
< 16.000.000 - 25.000.000	1	3
< 26.000.000 - 35.000.000	1	3
< 36.000.000 - 45.000.000	0	0
> 45.000.000	0	0

Total	38	100
--------------	-----------	------------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Dapat dilihat dari tabel 4.6 bahwa mayoritas pendapatan responden adalah antara 500.000-5.000.000 (89%) sebanyak 34 responden. Diikuti 6.000.000-15.000.000 (5%) sebanyak 2 responden dan penghasilan 16.000.000-25.000.000 (3%) serta 26.000.000-35.000.000 (3%) sebanyak 1 responden. Pendapatan yang dominan diperkirakan karena masih baru atau mulai berkembangnya UMKM dimana potensi dari potensi UMKM itu sendiri sebenarnya besar mengingat dalam data yang dihimpun adalah penghasilan perbulan.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Legalitas Usaha

Legalitas usaha merupakan sumber informasi yang bersifat resmi dimana di dalamnya memuat informasi yang terkait usaha tersebut dalam rangka memudahkan siapa saja yang memerlukan segala jenis data mengenai usaha tersebut seperti identitas maupun semua yang bersangkutan dengan dunia usaha dan pendirian perusahaan, serta kedudukannya. Berikut ditampilkan penilaian legalitas usaha secara deskriptif:

Tabel 4.7

Jawaban Responden terhadap Legalitas Usaha

No	Choice	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	f	%	f	%	f	%
1	X1.2	18	47,3	20	52,7	0	0	0	0	0	0
2	X1.3	21	55,3	17	44,7	0	0	0	0	0	0

3	X1.4	15	39,5	23	60,5	0	0	0	0	0	0
4	X1.5	13	34,2	25	65,8	0	0	0	0	0	0
5	X1.6	20	52,6	18	47,3	0	0	0	0	0	0
6	X1.7	16	42,1	20	52,7	2	5,2	0	0	0	0
7	X1.8	10	26,3	24	63,2	3	7,9	1	2,6	0	0
8	X1.10	12	31,6	23	60,5	3	7,9	0	0	0	0
9	X1.11	10	26,3	23	60,5	5	13,2	0	0	0	0
10	X1.12	15	39,5	22	57,9	1	2,6	0	0	0	0
11	X1.13	10	26,3	28	73,7	0	0	0	0	0	0
12	X1.14	6	15,8	30	78,9	2	5,3	0	0	0	0
13	X1.15	6	15,8	30	78,9	1	2,65	1	2,65	0	0
14	X1.16	18	47,4	19	50	1	2,6	0	0	0	0
15	X1.17	12	31,6	25	65,8	0	0	1	2,6	0	0
16	X1.19	13	34,2	24	63,2	0	0	1	2,6	0	0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasar pada tabel yang menyajikan data yang diperoleh dari responden menunjukkan responden dominan memberikan jawaban setuju kepada legalitas usaha pada produk UMKM, dengan ini bisa menunjukkan pentingnya legalitas usaha bagi mereka para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya mulai dari jaminan keamanan, penambahan fasilitas hingga perlindungan hukum.

Sesuai dengan yang ditunjukkan bahwa legalitas usaha pada produk UMKM didominasi oleh pilihan setuju dengan pertanyaan yang mendapat respon setuju yang paling banyak adalah pertanyaan X1.14 dan X1.15 sebanyak 30 responden atau 78,9% dengan pertanyaan legalitas usaha membuat usaha saya terus beroperasi serta legalitas usaha meningkatkan daya saing usaha saya. hal ini menunjukkan jika dengan legalitas usaha, para pelaku UMKM mendapat fasilitas yang menunjang kebutuhan usaha mereka baik itu promosi maupun hal lain

mengenai produksi dan distribusi. Hal ini juga mengindikasikan bahwa pelaku usaha merasa bahwa dengan usaha mereka memperoleh legalitas usaha semakin menjadikan mereka percaya diri sebab kepercayaan dari konsumen yang semakin meningkat dengan pembuktian kelegalan usaha yang mereka jalani.

b. Labelisasi Halal

Labelisasi halal adalah pelabelan dengan desain yang sudah ditentukan di dalamnya dengan gambar yang bertuliskan halal sesuai dengan ketentuan MUI yang menjadi jaminan bahwa kandungan yang ada di dalam produk tersebut telah diteliti dan mendapat sertifikasi halal dari lembaga yang berwenang. Berikut ditampilkan penilaian labelisasi halal secara deskriptif:

Tabel 4.8

Jawaban Responden terhadap Labelisasi Halal

No	Choice	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	f	%	f	%
1	X2.1	18	47,4	19	50	1	2,6	0	0	0	0
2	X2.2	20	52,6	17	44,7	1	2,6	0	0	0	0
3	X2.3	21	55,3	17	44,7	0	0	0	0	0	0
4	X2.4	18	47,4	17	44,7	2	5,3	0	0	0	0
5	X2.5	18	47,4	17	44,7	2	5,3	0	0	0	0
6	X2.6	15	39,4	21	55,3	2	5,3	0	0	0	0
7	X2.7	13	34,2	23	60,5	2	5,3	0	0	0	0
8	X2.8	11	28,9	22	57,9	5	13,2	0	0	0	0
9	X2.9	9	23,7	23	60,5	5	13,2	1	2,6	0	0
10	X2.10	7	18,4	24	63,2	6	15,8	1	2,6	0	0
11	X2.11	6	15,8	26	68,4	5	13,2	1	2,6	0	0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Sesuai dengan tabel yang telah disajikan bisa dilihat bahwa dalam variabel labelisasi halal ini didominasi dengan responden yang memilih setuju. Labelisasi halal menjadi salah satu informasi yang sebenarnya dianggap penting bagi mereka dengan selain memberikan informasi juga menjadikan usaha mereka mempunyai nilai tambah atas kepastian info kehalalan melalui labelisasi halal ini.

Dari pertanyaan yang paling banyak mendapat respon mengenai labelisasi halal pada produk UMKM ini adalah pertanyaan X2.11 sebanyak 26 responden dalam persentasenya sebesar 68,4% yang pernyataannya berbunyi dengan label halal, keuntungan usaha saya mengalami peningkatan. Pelaku UMKM merasa bahwa setelah produk atau usahanya memperoleh labelisasi halal, keuntungan yang mereka peroleh mengalami peningkatan dari sebelum mereka memperoleh labelisasi halal. Pelabelan ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dikonsumsi oleh mereka mengenai kehalalan dari produk UMKM itu sendiri.

c. Citra Merek

Citra merek adalah segala persepsi yang muncul oleh konsumen. Persepsi ini muncul ketika informasi yang dibutuhkan dikirimkan oleh pemasar kepada konsumen melalui iklan baik itu lewat media massa maupun media sosial yang kemudian ditafsirkan oleh konsumen setelah proses penangkapan melalui indra. Berikut ditampilkan penilaian citra merek secara deskriptif:

Tabel 4.9**Jawaban Responden terhadap Citra Merek**

No	Choice	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	f	%	f	%
1	X3.1	20	52,6	18	47,4	0	0	0	0	0	0
2	X3.2	20	52,6	18	47,4	0	0	0	0	0	0
3	X3.3	21	55,3	17	44,7	0	0	0	0	0	0
4	X3.4	18	47,4	20	52,6	0	0	0	0	0	0
5	X3.5	16	42,1	22	57,9	0	0	0	0	0	0
6	X3.6	15	39,5	23	60,5	0	0	0	0	0	0
7	X3.7	14	36,8	24	63,2	0	0	0	0	0	0
8	X3.8	12	31,5	24	63,2	2	5,3	0	0	0	0
9	X3.9	19	50	19	50	0	0	0	0	0	0
10	X3.10	15	39,5	21	55,2	2	5,3	0	0	0	0
11	X3.11	14	36,8	24	63,2	0	0	0	0	0	0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Data yang disajikan menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan respon setuju terhadap variabel citra merek terhadap produk UMKM. Hal ini mengindikasikan pengaruh yang cukup positif diberikan citra yang dibangun dan dibuat dalam hal ini diwakili dalam bentuk merek ini terhadap produk dari sisi kepercayaan dan keinginan melakukan aktivitas konsumsi dari konsumen.

Dalam variabel citra merek ini ada tiga pernyataan yang memiliki respon terbanyak dengan 24 responden atau dalam persentasenya sebesar 63,2 yaitu pernyataan X3.7 dengan merek saya bisa menyampaikan kesan yang baik ke konsumen, X3.8 merek menjadi aset yang bisa menguntungkan di masa depan, dan X3.11 dengan merek produk saya memiliki nilai otentik yang tidak dimiliki produk lain. Dalam hal ini, merek memberikan kesan yang biasanya menyenangkan

entah itu mudah diingat, jenaka, dan lain-lain yang bisa membuat *mood* dari konsumen menjadi baik dan menambah keinginan untuk mengonsumsi produk yang ditawarkan.

d. Volume Penjualan

Penjualan adalah aktifitas perpindahan tangan produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen yang berminat dengan timbal balik berupa uang dengan nominal sesuai harga yang disepakati. Penjualan menjadi pintu perusahaan memperoleh pendapatan. Berikut ditampilkan penilaian volume penjualan secara deskriptif:

Tabel 4.10

Jawaban Responden terhadap Volume Penjualan

No	Unit yang Terjual (Ratusan)	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	1	16	42%	16
2	2	9	23.5%	18
3	3	8	21%	24
4	4	2	5%	8
5	5	3	7.5%	15
Total		38	100%	81
Rata-Rata Skor				16.2
Skor Minimum				1
Skor Maksimum				5
Standar Deviasi				1.581139

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Sesuai dengan tabel yang telah disajikan bisa dilihat bahwa dalam variabel volume penjualan ini didominasi dengan responden yang mayoritas penjualan produknya berada di angka 100 unit. Volume

penjualan menjadi ukuran paling penting dalam acuan untuk menjadikan dasar bagi langkah apa yang akan dibuat selanjutnya.

Dari pertanyaan berapa penjualan produk anda selama satu bulan? Jawaban dari responden bermacam-macam. Pelaku UMKM memberikan informasi baik itu kelayakan maupun kualitas produk mereka melalui apa yang sudah dicantumkan dalam produk sehingga dengan legalitas serta aspek-aspek lain yang menunjang informasi bagi konsumen membuat konsumen merasa diberikan data yang valid sehingga mereka semakin ingin membeli dan berdampak pada volume penjualan pada akhirnya.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam mengukur keabsahan suatu kuesioner. Kuesioner bisa dikatakan sah atau valid apabila pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner menjawab sesuatu yang diukur dalam variabel-variabel yang telah ditentukan. Instrumen dapat digunakan dalam penelitian apabila instrumen yang diuji dinyatakan valid. Berikut merupakan hasil uji validitas:

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Instrumen Legalitas Usaha

No	Soal	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	R Tabel (N=38), Taraf Signifikansi 5%	Ket
1	Soal 1	0,648	0,3202	Valid

2	Soal 2	0,738	0,3202	Valid
3	Soal 3	0,714	0,3202	Valid
4	Soal 4	0,844	0,3202	Valid
5	Soal 5	0,820	0,3202	Valid
6	Soal 6	0,608	0,3202	Valid
7	Soal 7	0,753	0,3202	Valid
8	Soal 8	0,871	0,3202	Valid
9	Soal 9	0,769	0,3202	Valid
10	Soal 10	0,758	0,3202	Valid
11	Soal 11	0,752	0,3202	Valid
12	Soal 12	0,587	0,3202	Valid
13	Soal 13	0,653	0,3202	Valid
14	Soal 14	0,716	0,3202	Valid
15	Soal 15	0,696	0,3202	Valid
16	Soal 16	0,514	0,3202	Valid

Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Dapat dilihat pada tabel 4.11 bahwa seluruh butir soal instrument legalitas usaha mulai dari soal nomor 1 sampai dengan nomor 16 valid. Sebab seluruh indikator pada tabel diatas memiliki nilai r hitung (*corrected item-total correlation*) lebih besar dibandingkan dengan r tabel diperoleh dari seluruh sampel 38 dengan tarif signifikansi 5% mendapatkan nilai 0,3202. Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh intrument legalitas usaha merupakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Instrumen Labelisasi Halal

No	Soal	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	R Tabel (N=38), Taraf Signifikansi 5%	Ket
1	Soal 1	0,651	0,3202	Valid
2	Soal 2	0,531	0,3202	Valid
3	Soal 3	0,650	0,3202	Valid
4	Soal 4	0,857	0,3202	Valid
5	Soal 5	0,786	0,3202	Valid
6	Soal 6	0,746	0,3202	Valid

7	Soal 7	0,828	0,3202	Valid
8	Soal 8	0,839	0,3202	Valid
9	Soal 9	0,812	0,3202	Valid
10	Soal 10	0,756	0,3202	Valid
11	Soal 11	0,797	0,3202	Valid

Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Dapat dilihat pada tabel 4.12 bahwa seluruh butir soal instrument labelisasi mulai dari soal nomor 1 sampai dengan nomor 11 valid. Sebab seluruh indikator pada tabel diatas memiliki nilai r hitung (*corrected item-total correlation*) lebih besar dibandingkan dengan r tabel diperoleh dari seluruh sampel 38 dengan tarif signifikansi 5% mendapatkan nilai 0,3202. Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh intrument labelisasi halal merupakan valid.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Instrumen Citra Merek

No	Soal	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	R Tabel (N=38), Taraf Signifikansi 5%	Ket
1	Soal 1	0,800	0,3202	Valid
2	Soal 2	0,867	0,3202	Valid
3	Soal 3	0,840	0,3202	Valid
4	Soal 4	0,884	0,3202	Valid
5	Soal 5	0,820	0,3202	Valid
6	Soal 6	0,848	0,3202	Valid
7	Soal 7	0,903	0,3202	Valid
8	Soal 8	0,878	0,3202	Valid
9	Soal 9	0,830	0,3202	Valid
10	Soal 10	0,745	0,3202	Valid
11	Soal 11	0,880	0,3202	Valid

Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Dapat dilihat pada tabel 4.13 bahwa seluruh butir soal instrument citra merek mulai dari soal nomor 1 sampai dengan nomor 11 valid. Sebab seluruh indikator pada tabel diatas memiliki nilai r hitung

(*corrected item-total correlation*) lebih besar dibandingkan dengan r tabel diperoleh dari seluruh sampel 38 dengan tarif signifikansi 5% mendapatkan nilai 0,3202. Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh instrument citra merek merupakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan nilai dari keakuratan atau diibaratkan presentase mengenai pengukuran yang dilakukan. Koefisien reliabilitas yang bernilai tinggi akan menghasilkan penelitian yang lebih maksimal dengan keakuratan hasil yang tinggi. Variabel bisa disebut reliabel saat nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Tabel 4.14

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Legalitas Usaha (X1)	0,934	Sangat Reliabel
Labelisasi Halal (X2)	0,923	Sangat Reliabel
Citra Merek (X3)	0,959	Sangat Reliabel

Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Berdasar pada data yang ada di atas, semua nilai *cronbach Alpha* $> 0,81$. Jika dilakukan perbandingan dengan skala reliabel, hasil dari semua variabel sangat reliable, berikut merupakan skala reliabel:

- 1) Nilai *cronbach alpha* 0,00 s.d. 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai *cronbach alpha* 0,21 s.d. 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai *cronbach alpha* 0,41 s.d. 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *cronbach alpha* 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai *cronbach alpha* 0,81 s.d. 1 berarti sangat reliabel.

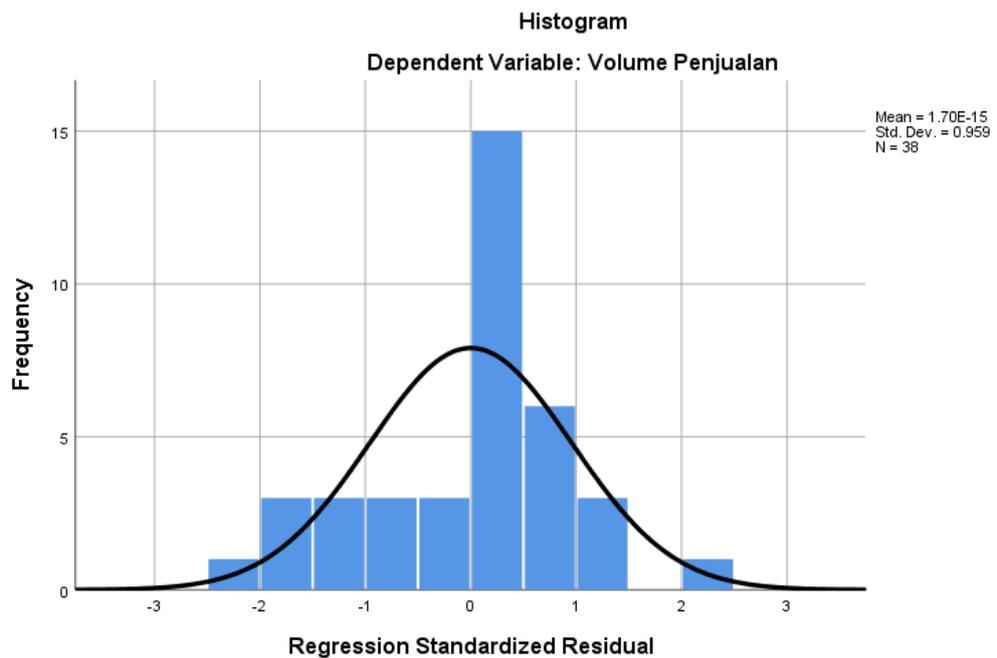
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah membuktikan retribusi dari variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak. Regresi yang memiliki model baik yaitu berdistribusi data secara normal.

Grafik 4.1

Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



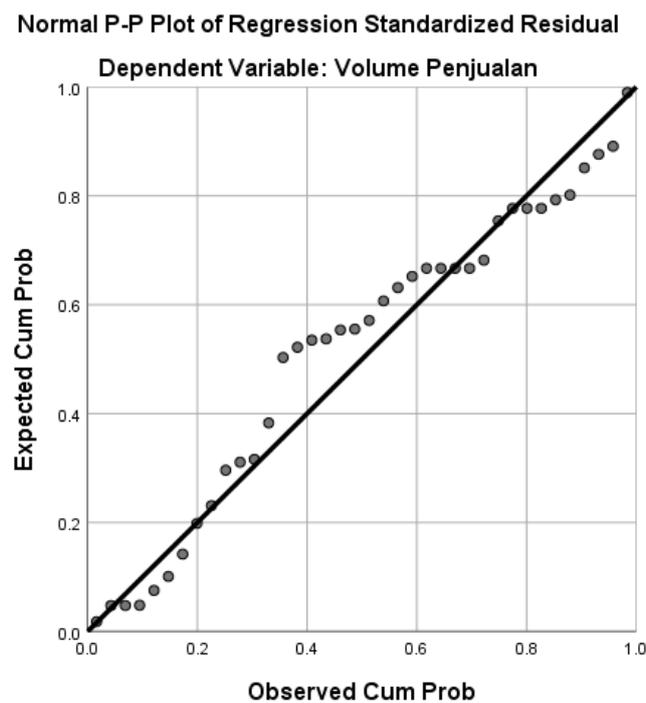
Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Uji normalitas yang pertama menggunakan histogram. Sesuai yang ditunjukkan grafik 4.1 berupa hasil uji normalitas grafik histogram, menunjukkan titik puncak tepat berada pada tengah-tengah

histogram, grafik tidak melenceng baik itu melenceng ke kiri maupun melenceng ke kanan, dengan demikian hal ini memunculkan kesimpulan berupa grafik histogram menunjukkan model regresi yang memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2

Hasil Uji Normal Probability Plot



Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Uji normalitas yang kedua menggunakan normal probability plot. Sesuai yang ditunjukkan gambar 4.2 berupa hasil normal probability plot, menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, dengan demikian hal ini memunculkan kesimpulan berupa normal

probability plot menunjukkan model regresi yang memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.15

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54621841
Most Extreme Differences	Absolute	.161
	Positive	.083
	Negative	-.161
Test Statistic		.161
Asymp. Sig. (2-tailed)		.014 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.250
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Uji normalitas yang kedua menggunakan kolmogorov-smirnov test. Sesuai yang ditunjukkan tabel 4.15 berupa hasil Kolmogorov simrinov test, menunjukkan nilai *Exact Sig. (2-tailed)* pada residual > 0,05, dengan demikian hal ini memunculkan kesimpulan bahwa data berdistribusi normal serta menunjukkan model regresi yang memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Pertanda dari model regresi yang baik adalah ditunjukkan oleh tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas bisa dilihat melalui nilai *Tolerance* serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,10 serta VIF < 10 maka model regresi yang demikian bebas dari multikolinieritas sehingga antara variabel bebas tidak ditemukan adanya korelasi satu dengan yang lainnya. Nilai *Tolerance* dan *VIF* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Legalitas Usaha	.447	2.237
	Labelisasi Halal	.753	1.327
	Citra Merek	.491	2.038

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data Penelitian yang Diolah, 2021

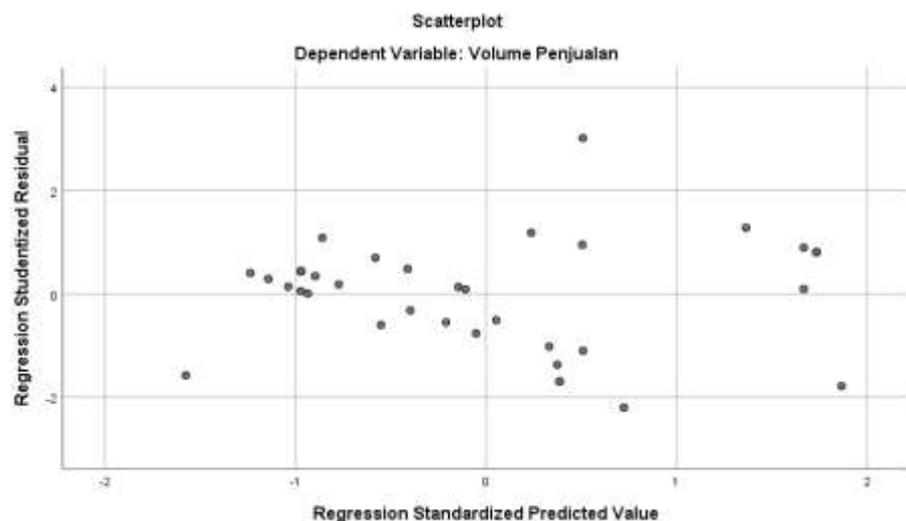
Sesuai dengan *coefficients* diatas, telah diketahui bahwa *VIF* bernilai 2,237 (Legalitas Usaha), 1,327 (Labelisasi Halal), 2,038 (Citra Merek). Oleh karena itu ketiga variabel dinyatakan bebas dari masalah *multikolinieritas* sebab *VIF* dari seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* yang lebih dari 0,10 dan *VIF* yang kurang dari 10. Dengan demikian penelitian ini layak untuk digunakan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai alat yang bertujuan menguji dan mencari tahu mengenai adanya ketidaksamaan *varianvce* dari residual satu pngematan yang lain atau untuk mengetahui penyebaran data dalam model regresi. Berikut merupakan grafik yang didapat dari hasil uji heteroskedastisitas.

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Berdasar pada hasil uji heteroskedastisitas, bisa dilihat jika sebaran data berada disekitar titik nol serta tidak terbentuknya pola tertentu dalam sebaran data ini. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian inni tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Setelah dilakukannya uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik data selesai dilakukan, dan data memenuhi syarat. Yang selanjutnya dilakukan adalah dengan melakukan uji regresi untuk mengetahui pengaruh yang timbul antar variabel. Uji regresi linier berganda digunakan dalam pemecahan masalah yang timbul dari penelitian yang terdiri atas dua variabel atau lebih. Dalam artian variabel independen yang digunakan pada penelitian yang diuji dengan regresi linier berganda harus lebih dari satu.

Tabel 4.17

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.590	5.405		.109	.914
	Legalitas Usaha	.223	.105	.328	2.124	.041
	Labelisasi Halal	.254	.100	.302	2.538	.016
	Citra Merek	.291	.131	.327	2.219	.033

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Output *coefficients* digunakan dalam penggambaran persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,590 + 0,223 + 0,254 + 0,291$$

$$\text{Volume Penjualan} = 0,590 + 0,223 (\text{Legalitas Usaha}) + 0,254 (\text{Labelisasi Halal}) + 0,291 (\text{Citra Merek})$$

a. Konstanta Sebesar 0,590

Konstanta sebesar 0,590 menyatakan bahwa jika variabel legalitas usaha, labelisasi halal, citra merek dalam keadaan konstan (tetap) maka Volume Penjualan akan mengalami kenaikan sebesar 0,590.

b. Koefisien Regresi Variabel Legalitas Usaha (X1) sebesar 0,223

Koefisien regresi X1 sebesar 0,223 memperlihatkan bahwa dalam setiap kenaikan 1 satuan unit legalitas usaha akan menaikkan volume penjualan sebesar 0,223 serta berlaku juga sebaliknya, jika setiap penurunan 1 satuan unit dari kinerja legalitas usaha, maka akan menurunkan volume penjualan sebesar 0,223 satu satuan dengan beranggapan bahwa legalitas usaha tetap. Melihat dari tabel diatas kinerja legalitas usaha memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan kinerja legalitas usaha akan menaikkan volume penjualan.

c. Koefisien Regresi Variabel Labelisasi Halal (X2) sebesar 0,254

Koefisien regresi X2 sebesar 0,254 memperlihatkan bahwa dalam setiap kenaikan 1 satuan unit labelisasi halal akan menaikkan volume penjualan sebesar 0,254 serta berlaku juga sebaliknya, jika setiap penurunan 1 satuan unit dari kinerja labelisasi halal, maka akan menurunkan volume penjualan sebesar 0,254 satu satuan dengan beranggapan bahwa labelisasi halal tetap. Melihat dari tabel diatas kinerja labelisasi halal memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan kinerja labelisasi halal akan menaikkan volume penjualan.

d. Koefisien Regresi Variabel Citra Merek (X3) sebesar 0,291

Koefisien regresi X3 sebesar 0,291 memperlihatkan bahwa dalam setiap kenaikan 1 satuan unit citra merek akan menaikkan volume penjualan sebesar 0,291 serta berlaku juga sebaliknya, jika setiap penurunan 1 satuan unit dari kinerja citra merek, maka akan menurunkan volume penjualan sebesar 0,291 satu satuan dengan beranggapan bahwa legalitas usaha tetap. Melihat dari tabel diatas kinerja citra merek memiliki tren positif, artinya setiap kenaikan kinerja citra merek akan menaikkan volume penjualan.

4. Uji Hipotesis

a. Signifikansi Parsial (Uji t)

Berikut adalah pengujian dengan parsial menggunakan uji t yang hasil nilainya akan dilakukan perbandingan dengan signifikansi 0,05 atau 5% yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.18

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.590	5.405		.109	.914
	Legalitas Usaha	.223	.105	.328	2.124	.041
	Labelisasi Halal	.254	.100	.302	2.538	.016
	Citra Merek	.291	.131	.327	2.219	.033

a. Dependent Variable: Volume Penjualan
 Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Pengujian dengan cara parsial melalui uji t ini dilakukan guna mengetahui seberapa jauh pengaruh Legalitas Usaha (X1), Labelisasi Halal (X2) dan Citra Merek (X3) terhadap Volume Penjualan (Y).

1) Pengujian Hipotesis 1

$H_0 : \text{sig.} > 0,05$: Legalitas Usaha (X1), tidak berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan (Y)

$H_a : \text{sig.} < 0,05$: Legalitas Usaha (X1), berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan (Y)

Mengacu pada tabel 4.18 didapatkan nilai signifikansi variabel Legalitas Usaha (X1) sebesar 0,041. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel Legalitas Usaha (X1) $\leq 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga bisa disebutkan bahwa hasil dari pengujian parsial ini Legalitas Usaha (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan (Y)

2) Pengujian Hipotesis 2

$H_0 : \text{sig.} > 0,05$: Labelisasi Halal (X2), tidak berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan (Y)

$H_b : \text{sig.} < 0,05$: Labelisasi Halal (X2), berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan (Y)

Mengacu pada tabel 4.18 didapatkan nilai signifikansi variabel Labelisasi Halal (X2) sebesar 0,016. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel Labelisasi

Halal (X_2) $\leq 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga bisa disebutkan bahwa hasil dari pengujian parsial ini Labelisasi Halal (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan (Y)

3) Pengujian Hipotesis 3

H_0 : sig. $> 0,05$: Citra Merek (X_3), tidak berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan (Y)

H_c : sig. $< 0,05$: Citra Merek (X_3), berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan (Y)

Mengacu pada tabel 4.18 didapatkan nilai signifikansi variabel Citra Merek (X_3) sebesar 0,033. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai signifikansi uji t variabel Citra Merek (X_3) $\leq 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga bisa disebutkan bahwa hasil dari pengujian parsial ini Citra Merek (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan (Y)

b. Uji Regresi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan dengan tujuan mengetahui secara bersama-sama apakah keseluruhan variabel bebas memiliki dampak yang dapat mempengaruhi variabel terikat atau tidak. Uji parsial ini bisa dikerjakan dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Jika F hitung $>$ F tabel dapat dinyatakan bahwa hipotesa yang dirumuskan sebelumnya diterima. Namun apabila F hitung $<$ F tabel dapat dinyatakan bahwa hipotesa yang dirumuskan sebelumnya tidak diterima (ditolak). Atau

bisa juga dilakukan perbandingan antara sig. dengan signifikansi 0,05 atau 5% dengan melihat hasil dari uji F pada tabel berikut ini:

Tabel 4.19

Hasil Uji Regresi Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	420.463	3	140.154	19.865	.000 ^b
	Residual	239.879	34	7.055		
	Total	660.342	37			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Labelisasi Halal, Legalitas Usaha

Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

H_0 : sig. > 0,05 : Legalitas Usaha (X1), Labelisasi Halal (X2) dan Citra Merek (X3), tidak berpengaruh secara simultan terhadap Volume Penjualan (Y)

H_d : sig. < 0,05 : Legalitas Usaha (X1), Labelisasi Halal (X2) dan Citra Merek (X3), berpengaruh secara simultan terhadap Volume Penjualan (Y)

Mengacu pada tabel 4.19 didapatkan nilai signifikansi variabel Legalitas Usaha (X1), Labelisasi Halal (X2) dan Citra Merek (X3) sebesar 0,000. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai signifikansi uji F variabel Legalitas Usaha (X1), Labelisasi Halal (X2) dan Citra Merek (X3) $\leq 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga bisa disebutkan bahwa hasil dari pengujian simultan ini Legalitas Usaha

(X1), Labelisasi Halal (X2) dan Citra Merek (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Volume Penjualan (Y).

Berikut disajikan tabel rekapitulasi untuk memperjelas hasil dari uji t dan uji F:

Tabel 4.20

Rekapitulasi Hasil Analisis

Jenis Uji	Variabel	Nilai Sig.	Kriteria
Uji t (Parsial)	Legalitas Usaha	$0,041 \leq 0,05$	Legalitas Usaha berpengaruh secara parsial terhadap Volume Penjualan
Uji t (Parsial)	Labelisasi Halal	$0,016 \leq 0,05$	Labelisasi Halal berpengaruh secara parsial terhadap Volume Penjualan
Uji t (Parsial)	Citra Merek	$0,033 \leq 0,05$	Citra Merek berpengaruh secara parsial terhadap Volume Penjualan
Uji F (Simultan)	Legalitas Usaha, Labelisasi Halal dan Citra Merek	$0,000 \leq 0,05$	Legalitas Usaha, Labelisasi Halal dan Citra Merek berpengaruh secara parsial terhadap Volume Penjualan

Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi memiliki tujuan dalam penentuan seberapa banyak keseluruhan variasi atas variabel terikat yang dijabarkan dalam variabel bebas. Dalam artian uji ini digunakan untuk mengukur seberapa erat pengaruh antara variabel bebas kepada variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 sampai dengan 1. Semakin

dekat nilai koefisien determinasi dengan 1 maka semakin besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas kepada variabel terikat. Berikut disajikan hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4.21
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.605	2.65618

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Labelisasi Halal, Legalitas Usaha

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: *Data Penelitian yang Diolah, 2021*

Mengacu pada tabel 4.21 diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,605. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang diukur dengan Legalitas Usaha, Labelisasi Halal dan Citra Merek yang bisa dijelaskan dengan variabel Volume Penjualan sebesar 60,5% sementara sisanya yakni 39,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.