

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) merupakan bentuk pengembangan dan peningkatan serta pemantapan status kelembagaan dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), dimana STAIN juga merupakan pengembangan peningkatan status dari Fakultas cabang IAIN Sunan Ampel yang berada di luar induknya, yang tersebar di berbagai daerah, menjadi perguruan tinggi mandiri. Seiring dengan perkembangan dan ketersediaan sarana, prasarana sumber daya dan perkembangan jumlah mahasiswa yang sangat signifikan, maka Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung berusaha untuk meningkatkan status kelembagaannya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) dan akhirnya pengajuan peningkatan status kelembagaan tersebut disetujui secara resmi oleh Presiden RI yang diterapkan dalam Peraturan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2013 dan dikuatkan dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor : 90 Tahun 2013.

Dengan status kemandirian IAIN 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 manajerial dan professionalism sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat dalam era globalisasi saat ini.

Untuk mengetahui perkembangan dan informasi IAIN Tulungagung maka penulis kemukakan hal-hal sebagai berikut:

Struktur Pimpinan Periode 2014-2018

- Rektor : Dr. Maftukhin, M.Ag.
- Wakil Rektor I : Prof. Dr. H. Imam Fuadi, M.Ag.
- Wakil Rektor II : Dr. H. M. Saifuddin Zuhri, M.Ag
- Wakil Rektor II : Dr. Nur Efendi, M.Ag.

2. Lokasi IAIN Tulungagung

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung berada di jalan Mayor Sujadi Timur No. 46, tepatnya di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, batas lokasi IAIN :

- a. Sebelah Barat : Desa Bago Kelurahan Jepun
- b. Sebelah Timur : Desa Sumber Gempol
- c. Sebelah Utara : Desa Tanggul Sari
- d. Sebelah Selatan : Desa Tanjung Sari

Selain itu lokasi IAIN Tulungagung juga sangat strategis kurang lebih berjarak 3 km dari pusat kota Tulungagung, dan terletak pada jalur yang strategis yaitu jalur utama yang menghubungkan kota Tulungagung dengan kota Blitar dan Malang sehingga kampus IAIN Tulungagung mudah untuk dijangkau.

Secara geografis IAIN Tulungagung terletak pada ketinggian 85 meter di atas permukaan laut dengan suhu 30⁰ C.

3. Program Pendidikan IAIN Tulungagung

1. Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, dengan Jurusan:
 - a. Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)
 - b. Hukum Keluarga (Akhwal Syahsiyyah)
2. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, dengan Jurusan:
 - a. Pendidikan Agama Islam (PAI)
 - b. Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
 - c. Tadris Matematika (TMT)
 - d. Tadris Bahasa Inggris (TBI)
 - e. Pendidikan Guru Madrasah Ibtida'iyah (PGMI)
 - f. Pendidikan Guru Raudlatul Athfal (PGRA)
3. Fakultas Ushuluddin, Adab dan dakwah, dengan Jurusan:
 - a. Tafsir – Hadits
 - b. Aqidah Filsafat
 - c. Tasawuf Psikoterapi
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan Jurusan:
 - a. Perbankan Syari'ah
 - b. Ekonomi Syari'ah
 - c. Manajemen Zakat Wakaf
 - d. Akuntansi Syariah

4. Visi Misi IAIN Tulungagung

1. Visi IAIN Tulungagung

Terbentuknya masyarakat akademik yang berlandaskan prinsip-prinsip ilmu pengetahuan, berakhlak karimah, berbudaya dan berjiwa Islam *rahmatan lil 'alamin..*

2. Misi IAIN Tulungagung

- a. Membangun sistem pendidikan yang mampu melahirkan pemikir yang kritis, kreatif dan inovatif.
- b. Mencetak pemimpin bangsa yang memiliki karakter kebangsaan, religiusitas dan *entrepreneurship*.
- c. Memperkokoh landasan pengembangan keilmuan untuk transformasi sosial budaya.
- d. Menjadikan kampus sebagai pengembangan moralitas individu dan publik.
- e. Membangun kapasitas lembaga sebagai basis pengembangan *capacity and character building*.
- f. Menguatkan posisi kampus sebagai pengembangn masyarakat yang berbasis nilai-nilai toleransidan moderasi.
- g. Membentuk masyarakat kampus sebagai agen perubahan sosial.

5. Sarana dan Prasarana

Dalam menunjang pendidikan yang baik tak lepas dari sarana dan prasarana yang memadai, semua itu digunakan demi menunjang ke

efektifan perkuliahan. Adapun sarana dan prasarana IAIN Tulungagung yaitu:

- a. Gedung Rektorat
- b. Gedung Perkuliahan
- c. Lab. Micro Teaching
- d. Lab. Mini Bank
- e. Lab. Bahasa
- f. Perpustakaan
- g. Internet
- h. Auditorium
- i. Masjid
- j. Gedung Kemahasiswaan
- k. Lapangan Olahraga

6. Struktur Organisasi IAIN Tulungagung

Rektor IAIN Tulungagung	: Dr. Maftukhin, M.Ag.
Wakil Rektor Bidang Akademik & Pengembangan Lembaga	: Prof. DR. H. Imam Fu'adi, M.Ag.
Wakil Rektor Bidang Adm.Umum, Perencanaan & Keuangan	: Dr. H. M. Saifudin Zuhri, M.Ag
Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan & Kerjasama	: Drs. Nur Efendi, M.Ag
KaBiro. AUAK	: Dr. Hj. Binti Maunah, M.Pd.I.
Kabag. Perencanaan & Keuangan	: Drs. Samsi, M.M.

Kabag. Umum	: Isno, S.Kom, M.M
Kabag.Akademik	: Drs. Basuki Rahmad, M.M.
Dekan Fakultas Tarbiyah & Ilmu Keguruan	: Dr. Abd. Aziz, M.Pd.I
Dekan Fakultas Syariah & Ilmu Hukum	: Dr. Asmawi, M.Ag
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab & Dakwah	: Dr.H.Abad Badruzaman, LC.,M.Ag
Dekan Fakultas Ekonimi & Bisnis Islam	: H. Dede Nurrohman, M.Ag
Direktur Pascasarjana	: Prof. Dr. H. Achmad Patoni, M. Ag

B. Gambaran Umum Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Pengambilan sampel ini menggunakan metode *non probability* melalui cara *accidental sampling*, yaitu prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber

data.⁸⁸ Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 97 mahasiswa.

C. Karakteristik Responden

Sebelum melakukan analisis, terlebih dahulu peneliti menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai populasi yang di ambil dari mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung berikut ini:

1. Usia Responden

Adapun data usia responden dapat dilihat dari hasil pengelompokkan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Usia Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ 19 tahun	25	26%
2	20 - 21 tahun	30	31%
3	22– 23 tahun	42	43%
	Total	97	100%

Sumber : data primer, 2017

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden terbanyak menurut umur yaitu 22 – 23 tahun dengan jumlah 42 mahasiswa atau dalam persentase sebesar 43%. Sedangkan responden terkecil menurut umur yaitu kurang dari sama dengan 19 tahun dengan jumlah responden 25 mahasiswa atau dalam persentase 26%. Dapat disimpulkan

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*,hal. 60.

bahwa mahasiswa yang mengkonsumsi mie Sedaap sebagian besar berumur 22 – 23 tahun.

2. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	24	24.7%
2	Perempuan	73	75.3%
	Total	97	100%

Sumber: data primer, 2017

Berdasarkan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang perempuan memiliki jumlah terbesar yakni sebesar 73 responden dengan presentase (75.3%). Sedangkan jumlah terkecil diduduki oleh responden yang laki-laki yakni sebesar 24 responden dengan presentase (24.7%). Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang banyak mengkonsumsi mie sedaap adalah perempuan.

3. Prodi/Jurusan Responden

Berikut ini merupakan data responden yang telah menjawab kuisisioner berdasarkan atas prodi/jurusan:

Tabel 4.3

Prodi/Jurusan Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
-----	---------------	--------	----------------

1	ES	42	43%
2	PS	32	33%
3	MAZAWA	7	7%
4	AKS	16	17%
	Total	97	100%

Sumber: data primer, 2017

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden jurusan ES memiliki jumlah terbesar yakni sebesar 42 mahasiswa dengan presentase sebesar (43%). Sedangkan jumlah terkecil diduduki oleh responden MAZAWA yakni sebesar 7 mahasiswa dengan presentase (7%). Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang banyak mengkonsumsi mie sedaap adalah mahasiswa ES.

4. Semester Responden

Jenjang semester dapat menunjukkan status sosial dan pengetahuan seseorang. Untuk jenjang semester responden peneliti memisahkan kategori semester sebagai berikut:

Tabel 4.4

Semester Responden

No.	Semester	Jumlah	Persentase (%)
1	I (Satu)	23	24%
2	III (Tiga)	32	33%
3	V (Lima)	42	43%
	Total	97	100%

Sumber: Sumber data primer, 2017

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden semester V (lima) sebesar 42 mahasiswa atau dengan presentase 43%. Sedangkan jumlah responden yang terkecil adalah semester I (satu) yakni sebesar 23 mahasiswa dengan presentase 24%.

Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang banyak mengkonsumsi mie sedaap adalah semester V (lima).

D. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

Untuk menggambarkan tanggapan responden dan menguraikan secara rinci jawaban dari setiap reponden maka data dikelompokkan dalam satu kategori skor dengan menggunakan rentang skala perhitungan skor tiap item pertanyaan sebagai berikut:⁸⁹

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan: RS = Rentang skala
 n = Jumlah sampel
 m = Jumlah jawaban tiap item

$$\text{Sehingga, } RS = \frac{9(5-1)}{5} = 77.6 = 78$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 97 = 97$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 97 = 485$$

Untuk membuat rentang skalanya karena 97 merupakan nilai terendah maka 97 ditambah RS sampai dengan hasil tertinggi maka hasilnya:

1. 97 – 175 = Sangat tidak baik
2. 176 – 253 = Tidak baik
3. 254 – 331 = Cukup
4. 332 – 409 = Baik
5. 410 – 485 = Sangat baik

⁸⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung, Alfabeta, 2001), hal. 89.

Dari rentang skala di atas maka dilanjutkan pada deskripsi setiap variabel penelitian untuk mengetahui kategori rentang skala di atas.

1. Deskripsi Variabel Pengetahuan Konsumen

Dalam mendiskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Tentang Variabel Pengetahuan Konsumen

No.	Pernyataan	Jawaban					Total nilai	Rata-rata skor
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1.	Saya mengetahui bahwa Mie Sedaap merupakan mie instan yang paling terkenal.	0 (0)	3 (6)	31 (93)	39 (156)	24 (120)	375	37,5
2.	Saya mengetahui bahwa Mie Sedaap merupakan mie instan yang banyak memiliki varian rasa.	0 (0)	1 (2)	34 (102)	48 (192)	14 (70)	366	36,6
3.	Saya mengetahui cara memasak Mie Sedaap dengan baik dan benar.	0 (0)	5 (10)	36 (108)	32 (128)	24 (120)	366	36,6
4.	Saya tahu bahwa Mie Sedaap adalah mie instan yang memiliki porsi yang cukup.	0 (0)	3 (6)	32 (96)	51 (204)	11 (55)	361	36,1
5.	Saya tahu apabila MSG menggumpal itu tandanya mie tidak layak konsumsi.	1 (1)	6 (12)	34 (102)	25 (100)	31 (155)	370	37,0
Jumlah nilai skor							1838	183,8
Rata-rata total skor							367,6	36,76

Sumber: data primer, 2017

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang faktor pengetahuan konsumen dari produk mie Sedaap diperoleh rata-rata total skor sebesar 367,6. Hal ini termasuk dalam kategori baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen pada produk mie Sedaap dalam kategori baik.

2. Deskripsi Variabel Labelisasi Halal

Dalam mendiskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur labelisasi halal. Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Tentang Variabel Labelisasi Halal

No.	Pernyataan	Jawaban					Total nilai	Rata-rata skor
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1.	Saya mengetahui letak label halal pada Mie Sedaap.	1 (1)	6 (12)	39 (117)	40 (160)	11 (55)	345	34,5
2.	Saya mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI.	0 (0)	8 (16)	42 (126)	35 (140)	12 (60)	342	34,2
3.	Adanya label halal akan menjadi pertimbangan saya untuk membeli produk Mie Sedaap.	2 (2)	3 (6)	37 (111)	41 (164)	14 (70)	353	35,3
4.	Saya selalu memperhatikan gambar tersebut sebelum membeli produk Mie Sedaap.	1 (1)	6 (12)	37 (111)	38 (152)	15 (75)	351	35,1
5.	Adanya label halal membantu saya mengidentifikasi produk Mie Sedaap sebelum membeli.	2 (2)	15 (30)	33 (99)	30 (120)	17 (85)	336	33,6
Jumlah nilai skor							1727	172,7

Rata-rata total skor	345,4	34,54
----------------------	-------	-------

Sumber: data primer, 2017

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang labelisasi halal pada produk mie Sedaap diperoleh rata-rata total skor sebesar 345,4. Hal ini termasuk dalam kategori baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal dalam kemasan mie Sedaap termasuk dalam kategori baik.

3. Deskripsi Variabel Harga

Dalam mendiskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas harga. Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga

No.	Pernyataan	Jawaban					Total nilai	Rata-rata skor
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1.	Harga yang ditawarkan Mie Sedaap cocok untuk mahasiswa, seperti saya.	1 (1)	10 (20)	39 (117)	43 (172)	4 (20)	330	33,0
2.	Harga Mie Sedaap lebih rendah dibandingkan dengan merek mie instan lain.	4 (4)	6 (12)	43 (129)	27 (108)	17 (85)	338	33,8
3.	Harga Mie Sedaap sesuai dengan kualitas rasa.	6 (6)	9 (18)	46 (138)	25 (100)	11 (55)	317	31,7
4.	Harga dari tiap produk Mie Sedaap bervariasi.	1 (1)	8 (16)	44 (132)	36 (144)	8 (40)	333	33,3
5.	Harga Mie Sedaap sudah sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	2 (2)	9 (18)	37 (111)	38 (152)	11 (55)	338	33,8
Jumlah nilai skor							1656	165,6

Rata-rata total skor	331,2	33,12
----------------------	-------	-------

Sumber: data primer, 2017

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang faktor harga pada produk mie Sedaap diperoleh rata-rata total skor sebesar 331,2. Hal ini termasuk dalam kategori cukup. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor harga pada produk mie Sedaap dalam kategori cukup.

4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Dalam mendiskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian. Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	Jawaban					Total nilai	Rata-rata skor
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1.	Saya akan lebih memprioritaskan Mie Sedaap sebagai pilihan saya.	0 (0)	3 (6)	39 (117)	38 (152)	17 (85)	360	36,0
2.	Saya akan berbagi pengalaman positif mengenai Mie Sedaap.	2 (2)	0 (0)	33 (99)	46 (184)	16 (80)	365	36,5
3.	Saya tidak memiliki keinginan untuk pindah ke merek lain selain Mie Sedaap.	1 (1)	5 (10)	35 (105)	42 (168)	14 (70)	354	35,4
4.	Saya akan menjadi pelanggan setiap Mie Sedaap.	0 (0)	7 (14)	45 (135)	38 (152)	7 (35)	336	33,6
5.	Saya akan menyarankan kepada orang lain untuk membeli Mie Sedaap.	0 (0)	0 (0)	34 (102)	36 (144)	27 (135)	381	38,1
Jumlah nilai skor							1796	179,6
Rata-rata total skor							359,2	35,92

Sumber: data primer, 2017

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang keputusan pembelian pada produk mie Sedaap diperoleh rata-rata total skor sebesar 364,4. Hal ini termasuk dalam kategori baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian pada produk mie Sedaap dalam kategori baik.

E. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Dasar pengambilan keputusan digunakan adalah dengan melakukan uji signifikansi dengan SPSS lalu membandingkan hasil uji di bagian skor total setiap indikator sebagai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk sampel sebanyak 97 responden, nilai $r_{tabel} = 0,198$. Uji ini dilakukan jika pertanyaan lebih dari 1.

Pengambilan keputusan uji validitas yaitu:

Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} (0,198) = \text{valid}$.

Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} (0,198) = \text{tidak valid}$.

Pengujian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas

Variabel		r hitung	r tabel	Keterangan
Pengetahuan Konsumen (X1)	Indikator X1.1	0,545	0.198	Valid
	Indikator	0,595	0.198	Valid

	X1.2			
	Indikator X1.3	0,597	0.198	Valid
	Indikator X1.4	0,522	0.198	Valid
	Indikator X1.5	0,687	0.198	Valid
Labelisasi Halal (X2)	Indikator X2.1	0,737	0.198	Valid
	Indikator X2.2	0,658	0.198	Valid
	Indikator X2.3	0,453	0.198	Valid
	Indikator X2.4	0,614	0.198	Valid
	Indikator X2.5	0,645	0.198	Valid
Harga (X3)	Indikator X3.1	0,556	0.198	Valid
	Indikator X3.2	0,529	0.198	Valid
	Indikator X3.3	0,614	0.198	Valid
	Indikator X3.4	0,644	0.198	Valid
	Indikator X3.5	0,484	0.198	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Indikator Y.1	0,645	0.198	Valid
	Indikator Y.2	0,461	0.198	Valid
	Indikator Y.3	0,618	0.198	Valid
	Indikator Y.4	0,600	0.198	Valid
	Indikator Y.5	0,533	0,198	Valid

Sumber: data pimer, 2017

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen atau indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur

variabel. Triton menyatakan: jika sekala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁹⁰

- a. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
- e. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Hasil uji reliabilitas dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan Konsumen	0,531	Cukup reliabel
Labelisasi Halal	0,598	Cukup Reliabel
Harga	0,457	Cukup Reliabel
Keputusan Pembelian	0,480	Cukup Reliabel

Sumber: data primer, 2017

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa indikator yang digunakan oleh pengetahuan konsumen, labelisasi halal, harga dan keputusan pembelian dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

⁹⁰Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.00* (Jakarta, PT Prestasi Pustakarya, 2009), hal. 97.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan cara uji *kolmogorov smirnov* dimana ketika nilai signifikansi dari hasil pengujian SPSS lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan distribusi variabel tersebut normal. Berikut hasil uji normalitas yang didapat dari hasil perhitungan SPSS.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Normalitas

		X1	X2	X3	Y
N		97	97	97	97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18.93	17.77	16.91	18.44
	Std. Deviation	2.438	2.725	2.437	2.236
Most Extreme Differences	Absolute	.107	.121	.134	.103
	Positive	.107	.083	.082	.103
	Negative	-.063	-.121	-.134	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.051	1.190	1.317	1.012
Asymp. Sig. (2-tailed)		.219	.118	.062	.258

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pengujian data diatas adapun variabel dependen adalah keputusan pembelian, sedangkan untuk variabel independen adalah pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga. Data diatas menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, ini dapat dilihat dari uji *kolmogrov smirnov* dengan hasil sebesar 1,051 untuk pengetahuan konsumen selanjutnya untuk labelisasi halal 1,190 untuk harga 1,317 sedangkan

untuk keputusan pembelian 1,012. Serta pada angka probabilitas atau Asymp.Signifikansi (2-tailed) sebesar 0,219 untuk pengetahuan konsumen selanjutnya pada labelisasi halal 0,118 untuk variabel harga 0,062 sedangkan untuk keputusan pembelian 0,258. Artinya bahwa nilai signifikansi atau nilai probabilitas lebih dari 0,05 distribusi data adalah normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji multikolinieritas

Uji asumsi dasar ini diterapkan untuk analisa regresi yang terdiri dari dua variabel atau lebih dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel melalui besaran koefisien korelasi. Deteksi multikolinieritas yang sering digunakan dalam SPSS yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan *tolerance*. Jika angka *tolerance* di bawah 0,10 dan VIF lebih dari 10,0 maka dikatakan terdapat gejala multikolinieritas.

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.466	1.803		3.586	.001		
Pengetahuan	.220	.087	.240	2.546	.013	.810	1.235
Labelisasi Halal	.157	.077	.192	2.030	.045	.808	1.237
Harga	.296	.086	.323	3.456	.001	.826	1.211

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

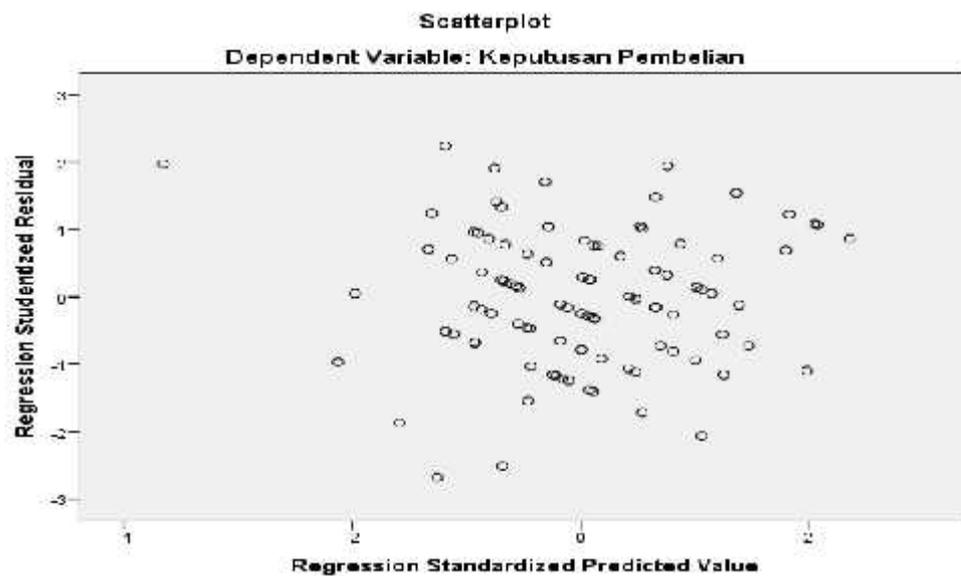
Tabel uji multikolinieritas menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas untuk variabel pengetahuan konsumen nilai *tolerance* 0,810 dan nilai VIF 1,235 untuk variabel labelisasi halal nilai *tolerance* 0,808 dan nilai VIF 1,237 sedangkan untuk variabel harga nilai *tolerance* 0,826 dan nilai VIF 1,211. Artinya bahwa data tersebut tidak terdapat gejala multikolinieritas karena nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

b. Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya masalah heterokedastisitas adalah dengan media grafik *scatterplot*. Apabila grafik membentuk pola khusus maka model penelitian itu terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Uji Heterokedastisitas



Grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas dimana titik-titik menyebar diatas dan di bawah sumbu Y sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas dan hal ini berarti bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini teknis analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Dengan pengolahan SPSS versi 20.00 maka didapat hasil regresi sebagai berikut:

Tabel 4.13
 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.466	1.803		3.586	.001
1 Pengetahuan Konsumen	.220	.087	.240	2.546	.013
Labelisasi Halal	.157	.077	.192	2.030	.045
Harga	.296	.086	.323	3.456	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y' = 6,466 + 0,220X_1 + 0,157X_2 + 0,296X_3$$

Keterangan:

Y' = Skor keputusan pembelian

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Skor pengetahuan konsumen

X_2 = Skor labelisasi halal

X_3 = Skor harga

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 6,466 yang artinya jika skor pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga nilainya adalah 0 maka skor keputusan pembelian (Y') sebesar 6,466.

- b. Koefisien regresi variabel skor pengetahuan konsumen sebesar 0,220 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan skor pengetahuan konsumen mengalami kenaikan 1 maka skor keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,220. Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara skor pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi skor pengetahuan konsumen maka semakin meningkat skor keputusan pembelian.
- c. Koefisien regresi variabel skor labelisasi halal sebesar 0,157 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan skor labelisasi halal mengalami kenaikan 1 maka skor keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,157. Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara skor labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi skor labelisasi halal maka semakin meningkat skor keputusan pembelian.
- d. Koefisien regresi variabel skor harga sebesar 0,296 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan skor harga mengalami kenaikan 1 maka skor keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,296. Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara skor harga terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi skor harga maka semakin meningkat skor keputusan pembelian.

6. Uji Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis yang kemudian di uji dengan uji t dan uji F maka hipotesis dapat dikemukakan sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

H_0 : tidak ada pengaruh secara signifikan pengetahuan konsumen (X_1) terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung (Y).

H_1 : ada pengaruh secara signifikan pengetahuan konsumen (X_1) terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung (Y).

b. Hipotesis 2

H_0 : tidak ada pengaruh secara signifikan labelisasi halal (X_2) terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung (Y).

H_1 : ada pengaruh secara signifikan labelisasi halal (X_2) terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung (Y).

c. Hipotesis 3

H_0 : tidak ada pengaruh secara signifikan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung (Y).

H_1 : ada pengaruh secara signifikan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung (Y).

d. Hipotesis 4

H_0 : tidak ada pengaruh secara signifikan pengetahuan konsumen (X_1), labelisasi halal (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung (Y).

H_1 : ada pengaruh secara signifikan pengetahuan konsumen (X_1) labelisasi halal (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung (Y).

Dari keempat hipotesis di atas maka peneliti mengujinya dengan uji t dan uji F sebagai berikut:

1) Uji t

Uji t ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan baik antara pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian, maupun labelisasi halal terhadap keputusan pembelian dan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial. Berdasarkan hasil pengolahan data program SPSS maka di dapat hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji t

Variabel	Hasil uji t	t tabel	Sig.
Pengetahuan Konsumen	2,546	1,986	0,013
Labelisasi Halal	2,030	1,986	0,045
Harga	3,456	1,986	0,001

Dasar pengambilan keputusan uji t:

1. H_0 diterima dan H_1 ditolak jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika nilai sig $> 0,05$.
2. H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika nilai sig $< 0,05$.

Rumus untuk mencari nilai t tabel adalah:

$t_{tabel} = (\text{tingkat kepercayaan dibagi } 2 : \text{jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi } 1)$ jika ditulis dalam bentuk rumus maka:

$$t_{tabel} = (0,05/2 : n-k-1)$$

$$t_{tabel} = (0,05/2 : 97-3-1)$$

$$t_{tabel} = (0,025 : 93)$$

maka hasil t tabel adalah 1,986.

Hasil dan pengambilan keputusan dalam uji t:

1. Skor pengetahuan konsumen = nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika nilai sig $< 0,05$.

Skor pengetahuan konsumen = $2,546 > 1,986$ dan $0,013 < 0,05$.

Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima maka artinya pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

2. Skor labelisasi halal = nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika nilai $sig < 0,05$.

Skor labelisasi halal = $2,030 > 1,986$ dan $0,045 < 0,05$.

Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima maka artinya labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

3. Skor harga = nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika nilai $sig < 0,05$.

Skor harga = $3,456 > 1,986$ dan $0,001 < 0,05$.

Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima maka artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung secara parsial diterima.

2) Uji F

Uji ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang positif antara pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan. Berdasarkan hasil

pengolahan data dengan program SPSS maka dapat hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	158.063	3	52.688	15.223	.000 ^b
	Residual	321.876	93	3.461		
	Total	479.938	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Pengetahuan Konsumen, Labelisasi Halal

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15,223 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sementara nilai F_{tabel} sebesar 2,70 (dari perhitungan $df1 = k$ (k adalah jumlah variabel bebas) = 3 (berarti kolom ke 3 dan $df2 = n-k-1 = 97-3-1 = 93$ (berarti baris ke 93)). Ini berarti bahwa $F_{hitung} 15,223 > F_{tabel} 2,70$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima pada hipotesa 4 yang artinya bahwa pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

3) Uji koefisiensi determinasi

Koefisiensi determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan besarnya variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat dari r

square dan dinyatakan dalam presentase. Hasil koefisien determinasi antara pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dapat dilihat hasil uji berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.329	.308	1.860

a. Predictors: (Constant), Harga, Pengetahuan Konsumen, Labelisasi Halal

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien korelasi (R) (0,574) dengan nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,329 (32,9%). Koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa 32,9% keputusan pembelian pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dapat dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga, sedangkan sisanya sebesar 67,1% keputusan pembelian produk pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.