

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

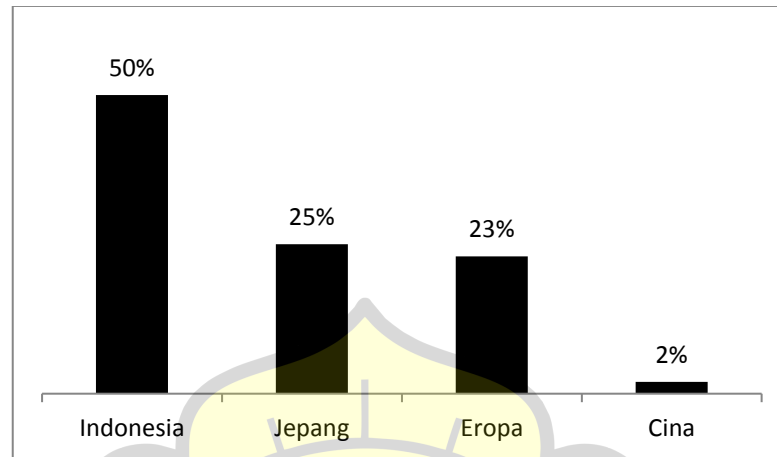
Banyaknya budaya asing yang masuk ke Indonesia memberikan efek terhadap kelangsungan hidup masyarakat dari segala bidang kehidupan. Namun pengaruh secara tidak langsung berimbas pada kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia sendiri, karena pengaruh budaya asing membuat munculnya goncangan budaya (*culture shock*) di mana masyarakat tidak mampu menahan berbagai pengaruh dari kebudayaan yang datang dari luar sehingga menyebabkan munculnya ketidakseimbangan dalam kehidupan masyarakat yang bersangkutan. Menurut Bakhtiar (2018:12), penyerapan unsur budaya dari luar yang dilakukan secara cepat oleh suatu negara dan cenderung tidak melalui proses internalisasi yang mendalam akan menyebabkan terjadinya ketimpangan antara wujud yang ditampilkan dengan nilai-nilai yang menjadi landasan dalam negara tersebut di mana hal ini cenderung disebut dengan istilah ketimpangan budaya.

Salah satu penyerapan unsur budaya dari luar adalah dalam bidang kuliner budaya asing yaitu semakin banyaknya bidang kuliner dari negara asing yang masuk ke Indonesia. Makanan menjadi instrumen yang digunakan dalam gelombang budaya global di mana makanan yang diproses oleh suatu negara cenderung dalam prosesnya dimasukkan nilai budaya sehingga saat makanan disajikan nilai budayapun akan ikut mempengaruhi gaya penyajian makanan tersebut meskipun makanan tersebut direpresentasikan di negara lain.

Salah satu makanan dari negara asing yang populer di Indonesia adalah makanan yang berasal dari Jepang. Menurut Kevin Prianto Soemantri selaku *Food and Restaurant Observer*. Salah satu makanan yang paling digemari orang Indonesia selain makanan lokalnya adalah makanan Jepang. Hal tersebut dikarenakan makanan serta *dessert* khas Jepang memiliki rasa yang khas namun menjadi bagian integral dalam makanan Asia dan makanan global sehingga makanan Jepang dapat diterima dengan baik oleh lidah orang

Indonesia (www.kontan.co.id, 2020). Berikut data jenis masakan utama yang banyak disajikan di Indonesia.

Gambar 1.1
Data Jenis Masakan Utama Yang Disajikan Di Indonesia Periode 2021



Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa jenis masakan utama yang banyak disajikan di Indonesia pada tahun 2021 adalah masakan lokal Indonesia sendiri dengan persentase 50% sedangkan jenis masakan utama dari luar negara yang banyak disajikan di Indonesia pada tahun 2020 yaitu Jepang dengan persentase 25%, posisi kedua yaitu Eropa dengan persentase 23%, posisi ketiga yaitu Cina dengan persentase 2% dan sisanya merupakan masakan yang berasal dari negara lain. Hal ini menunjukkan bahwa masakan dari negara Jepang cukup diminati oleh masyarakat Indonesia.

Meskipun makanan Jepang cukup diminati oleh masyarakat Indonesia, akan tetapi masih terdapat pandangan pro dan kontra di kalangan masyarakat dalam hal mengonsumsi makanan Jepang. Sebagian masyarakat memang bahwa kehalalan produk yang dijual oleh restoran yang mengusung konsep makanan Jepang masih perlu diragukan. Hal ini dikarenakan belum banyaknya restoran Jepang di Indonesia yang memiliki sertifikat halal yang dikeluarkan secara resmi oleh MUI. Meskipun sertifikat halal tidak menjadi fokus utama para pemilik resto, akan tetapi restoran Jepang melakukan upaya dengan menggunakan istilah “*no pork no lard*” dalam penyajian menunya, tetapi di sisi

lain masih ada masyarakat yang memandang bahwa istilah tersebut tidak dapat memberikan jaminan penuh terhadap kehalalan makanan yang disajikan.

Dian Widayanti selaku konten *creator* yang sering membuat konten terkait makanan halal di Indonesia menjelaskan bahwa makanan Jepang yang diperjualbelikan di Indonesia tidak mampu memberikan jaminan halal untuk dikonsumsi umat Islam, karena istilah “*no pork no lard*” hanya memberikan jaminan tidak menggunakan daging maupun minyak babi dalam pengolahan makanannya, akan tetapi tulang babi yang direbus selama berjam-jam kemudian dijadikan sebagai kuah atau penggunaan *miso* yaitu bumbu khas Jepang yang mengandung alkohol sama saja mengandung unsur haram sehingga sangat penting untuk restoran Jepang yang ada di Indonesia mendapatkan sertifikat halal dari instansi resmi yang berwenang seperti MUI (www.detikfood.com, 2022).

Pencantuman label halal pada produk makanan sangat penting mendapatkan perhatian tidak hanya dari sisi konsumen, tetapi juga dari sisi produsen. Dari sisi konsumen, melalui label halal akan memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi aman dari unsur yang tidak halal dan diproduksi dengan cara halal dan beretika sesuai dengan anjuran dalam Islam, sedangkan dari sisi produsen label halal akan mampu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk-produk yang dijual, selain itu produk yang berlabel halal juga memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan produk yang tidak mencantumkan label halal di produknya (Tjitroesmi dan Suhodo, 2014:12).

Label halal sangat berkaitan erat dengan perilaku seseorang dalam hal mengonsumsi suatu barang atau jasa, yang berujung pada minat untuk melakukan suatu pembelian sehingga penerapan label halal pada suatu produk khususnya makanan akan memberikan dampak yang luas pada berbagai aspek konsumsi seseorang terkait barang dan jasa. Seseorang akan mudah memaksimalkan kepuasannya yang disesuaikan dengan ajaran agamanya di mana pengetahuan menjadi alternatif dalam memunculkan minat seseorang untuk melakukan tindakan pembelian.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Novianti dkk (2021), dalam penelitiannya yang berjudul *Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan di Restoran Jepang (Studi Kasus pada Enam Restoran Jepang di Kota Makassar)* menjelaskan bahwa label halal menjadi salah satu pertimbangan penting yang digunakan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian khususnya pada produk makanan Jepang di mana konsumen akan lebih memilih restoran Jepang yang sudah mengantongi sertifikat halal secara resmi dalam MUI.

Resto Nowoto Ramen merupakan salah satu restoran yang ada di Bekasi yang menyusun konsep makanan Jepang khusus *ramen* di mana restoran ini berlokasi di Jalan Marrakash Square, Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Berdasarkan hasil observasi awal penulis dengan melakukan wawancara dengan beberapa konsumen di Resto Nowoto Ramen pada 10 April 2022 diperoleh kesimpulan bahwa sertifikat halal memang merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan sebelum menyantap makanan Jepang khususnya menu *ramen* karena banyaknya isu di media sosial yang mengatakan bahwa kandungan yang ada di dalam menu *ramen* cenderung terbuat dari bahan-bahan yang mengandung unsur haram seperti alkohol. Selain itu penulis juga melakukan wawancara bersama pemilik Resto Nowoto Ramen pada 11 April 2022. Beliau menjelaskan bahwa sertifikat halal memang sangat penting untuk mendapatkan perhatian karena masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam sehingga sebelum membeli produk hal utama yang dipertimbangkan adalah kehalalan makanan yang disajikan.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya sehingga sangat penting untuk mengkaji lebih dalam terkait penerapan label halal pada produk makanan Jepang yang disajikan di Indonesia, mengingat hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian akan suatu produk maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian “Pengaruh Penerapan Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen di Resto Nowoto Ramen”.

1.2 Penelitian yang Relevan

Peneliti menggali informasi dari penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Adapun beberapa penelitian yang relevan yang dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Novianti dkk (2021), dalam penelitiannya yang berjudul *Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan di Restoran Jepang (Studi Kasus pada Enam Restoran Jepang di Kota Makassar)*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kesadaran halal dan penggunaan label halal pada keenam restoran Jepang di Kota Makassar sangat baik. Hal ini dikarenakan label halal menjadi salah satu pertimbangan penting yang digunakan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian khususnya pada produk makanan Jepang di mana konsumen akan lebih memilih restoran Jepang yang sudah mengantongi sertifikat halal secara resmi dalam MUI.

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama-sama mengangkat topik mengenai penerapan label halal terhadap minat beli konsumen dan sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penulis berfokus pada satu restoran Jepang serta tempat dan objek penelitian yang digunakan berbeda.

2. Putri dan Rimadiaz (2020), dalam penelitiannya yang berjudul *Analisis Aspek Penentu Niat Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Indonesia (Telaah pada Mie Ramen Jepang Halal)*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa halal *awareness*, *religious belief* dan *personal societal perception* berpengaruh terhadap *intension to purchase* halal *product*. Hal ini dikarenakan isu halal di dunia semakin menjalar bukan hanya pada konsumen Muslim tetapi juga pada konsumen non Muslim karena seringkali halal diasosiasikan sebagai hal yang aman dan sehat untuk tubuh manusia.

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama-sama mengangkat topik mengenai minat konsumen terkait produk halal. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah peneliti berfokus pada penerapan label halal terhadap minat beli konsumen pada makanan Jepang, metode penelitian yang berbeda, serta tempat dan objek penelitian yang digunakan berbeda.

1. Nurfajri (2017), dalam penelitiannya yang berjudul *The Effect of Halal-Labelled Food Awareness Towards Purchase Intention Among Urban Muslims (Study of Indonesian Students in Japan)*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kesadaran konsumen akan makanan berlabel halal sangat memberikan pengaruh terhadap niat beli mahasiswa Muslim Indonesia. Hal ini dikarenakan mahasiswa Muslim memiliki pemahaman akan pentingnya mengonsumsi makanan sesuai dengan ajaran dalam agama Islam bukan hanya dalam hal segi rasa maupun bentuk.

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama-sama mengangkat topik mengenai minat konsumen terkait produk halal. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah peneliti berfokus pada penerapan label halal terhadap minat beli konsumen pada makanan Jepang, metode penelitian yang berbeda, serta tempat dan objek penelitian yang digunakan berbeda.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh budaya asing membuat secara tidak langsung munculnya goncangan budaya (*culture shock*) di Indonesia.
2. Semakin banyaknya bidang kuliner dari negara asing yang masuk ke Indonesia.
3. Salah satu makanan yang paling digemari orang Indonesia selain makanan lokalnya adalah makanan Jepang.

4. Pro dan kontra terkait kehalalan produk yang disajikan pada makanan Jepang di Indonesia.
5. Restoran Jepang di Indonesia masih banyak yang tidak mengantongi sertifikat halal dari MUI.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah mengenai penerapan label halal terhadap minat beli konsumen dengan objek penelitian yaitu Resto Nowoto Ramen.

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan label halal di Resto Nowoto Ramen?
2. Bagaimana minat beli konsumen di Resto Nowoto Ramen?
3. Apakah penerapan label halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Resto Nowoto Ramen?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui penerapan label halal di Resto Nowoto Ramen.
2. Mengetahui minat beli konsumen di Resto Nowoto Ramen.
3. Mengetahui penerapan label halal dalam hal mempengaruhi minat beli konsumen di Resto Nowoto Ramen.

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Label Halal

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksudkan berstatus sebagai produk halal sesuai dengan ajaran agama Islam (Griandra,

2010:54). Menurut Pelu (2019:2), label halal merupakan label yang memuat keterangan halal dengan standar halal menurut agama Islam dan berdasarkan peraturan Pemerintah Indonesia baik berupa keterangan berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada suatu produk yang dimasukkan dalam kemasan produk, ataupun ditempel dalam kemasan produk.

Pencantuman label halal pada produk makanan sangat penting mendapatkan perhatian tidak hanya dari sisi konsumen, tetapi juga dari sisi produsen. Dari sisi konsumen, melalui label halal akan memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi aman dari unsur yang tidak halal dan diproduksi dengan cara halal dan beretika sesuai dengan anjuran dalam Islam sedangkan dari sisi produsen label halal akan mampu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk-produk yang dijual. Selain itu produk yang berlabel halal juga memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan produk yang tidak mencantumkan label halal diprodukannya (Tjitroesmi dan Suhodo, 2014:12).

Berdasarkan standar Majelis Ulama Indonesia (2018:32), yang dimaksudkan produk halal adalah produk yang memenuhi persyaratan halal sesuai dengan syariah Islam, meliputi:

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi
2. Tidak mengandung bahan-bahan haram seperti bahan yang berasal dari organ manusia, daerah, dan kotoran.
3. Semua bahan berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi, jika digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu maka harus dibersihkan dengan tata cara sesuai dengan syariat Islam.
5. Semua makanan dan minuman tidak mengandung *khamar*.

Menurut Utami (2013:51), variabel label halal dapat diukur menggunakan beberapa indikator yaitu gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, serta menempel pada kemasan.

1. Gambar, yaitu hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, tumbuhan dan lain-lainnya) yang dibuat dalam bentuk coretan menggunakan bantuan alat tulis.
2. Tulisan, yaitu hasil dari menulis yang diharapkan dapat untuk dibaca.
3. Kombinasi gambar dan tulisan, yaitu gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan sebagai satu kesatuan.
4. Menempel pada kemasan, yaitu suatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa label halal merupakan perizinan pemasangan kata halal pada suatu kemasan produk yang dikeluarkan secara resmi oleh MUI sehingga mampu memberikan penjelasan kepada konsumen akan jaminan produk yang diperjual belikan berdasarkan ketentuan dalam Islam.

1.7.2 Minat Beli

Minat beli merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seseorang atas produk yang ditawarkan atau dibutuhkan oleh konsumen (Anoraga, 2010: 228). Menurut Jogiyanto (2017:29), minat beli merupakan suatu keinginan untuk melakukan tindakan pembelian di mana akan timbul minat yang tidak selalu statis dan dapat berubah seiring berjalannya waktu.

Seseorang akan mengumpulkan informasi terkait produk atau jasa sebelum melakukan pembelian di mana ketika jumlah informasi yang dibutuhkan telah mencapai tingkat tertentu maka individu tersebut akan mulai melakukan penilaian serta proses evaluasi kemudian melakukan keputusan untuk membeli. Minat beli juga dapat timbul apabila seseorang merasa sangat tertarik terhadap berbagai informasi seputar produk yang diperoleh melalui iklan, pengalaman orang yang telah menggunakannya atau bahkan kebutuhan

yang mendesak terhadap suatu produk serta tidak menutup kemungkinan masih banyak lagi faktor yang dapat mempengaruhinya. Oleh karena itu, minat beli sering dipergunakan untuk menganalisis perilaku seseorang dalam mempelajari suatu hubungan (Damsar dan Indrayani, 2018:32).

Menurut Kotler dan Keller (2017:155), ada dua faktor yang dapat membentuk minat berbelanja seseorang, antara lain:

1. Faktor situasi yang tidak terkontrol

Faktor ini dapat mengubah pendirian seseorang dalam melakukan pembelian. Hal ini bergantung pada diri seseorang tersebut apakah dia memiliki kepercayaan penuh untuk memutuskan membeli barang tersebut atau justru sebaliknya.

2. Faktor sikap orang lain

Faktor ini menggambarkan bahwa sikap orang lain dapat mengurangi pilihan yang disukai oleh seseorang. Hal ini karena bergantung pada dua hal yaitu intensitas sikap negatif orang lain terhadap pilihan lain yang disukai individu tersebut serta motivasi pelanggan untuk memenuhi keinginannya dalam mengikuti keinginan orang lain.

Menurut Kotler dan Keller (2017:150), variabel minat beli dapat diukur menggunakan beberapa indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, serta minat eksploratif.

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensi suatu produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mengutamakan suatu produk yang bersangkutan jika dibandingkan dengan produk lainnya.
4. Minat eksploratif, yaitu kecenderungan seseorang yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan kemampuan seorang individu dalam hal mengonsumsi barang atau jasa yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya saat itu.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasional. Dalam hal ini penulis akan menganalisis secara mendalam terkait hubungan antara penerapan label halal terhadap minat beli konsumen di Resto Nowoto Ramen.

1.8.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Resto Nowoto Ramen yang beralamat di Jalan Marrakash Square, Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Selain itu penulis juga mudah untuk memperoleh data penelitian baik yang bersifat primer maupun sekunder. Penelitian ini dilakukan kurang lebih 3 bulan mulai dari bulan Mei sampai Juli 2022.

1.8.3 Populasi dan Sampel

1.8.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Resto Nowoto Ramen.

1.8.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria-kriteria dalam penelitian ini adalah:

1. Responden berdomisili di Bekasi.

2. Responden yang pernah melakukan pembelian di Resto Nowoto Ramen minimal 1 kali.

Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair: (Siregar, 2016:50)

$$n = \text{Jumlah indikator} \times 5$$

$$n = 8 \times 5$$

$$n = 40$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dengan menggunakan rumus Hair, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 sampel.

1.8.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu kuesioner atau daftar pertanyaan tertutup yang sudah disiapkan oleh penulis.

b. Sumber data sekunder

Data yang diperoleh berupa arsip, dokumen, visi dan misi, struktur organisasi yang terdapat di Resto Nowoto Ramen.

1.8.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*).

Jenis pengumpulan data yang digunakan dan dijadikan sangat relevan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Penulis akan melakukan observasi di Resto Nowoto Ramen.

2. Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner kepada 40 pengunjung yang melakukan pembelian di Resto Nowoto Ramen.

3. Studi kepustakaan

Pada penelitian ini, sumber-sumber yang digunakan adalah sumber-sumber yang memiliki keterkaitan dengan variabel label halal dan minat beli konsumen.

1.8.6 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dan langsung dan diberikan langsung kepada responden untuk menjawabnya. Pada penelitian ini jawaban yang diberikan oleh responden akan diukur dengan menggunakan Skala Likert di mana jawaban setiap responden mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, yang berupa kata-kata dan diberikan skor, seperti: (Sugiyono, 2017:45)

Sangat Setuju (SS) = 5 skor

Setuju (S) = 4 skor

Kurang setuju (KS) = 3 skor

Tidak Setuju (TS) = 2 skor

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 skor

Tabel 1.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Penerapan label halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi gambar dan tulisan 4. Menempel pada kemasan <p>Sumber: Utami (2013:51)</p>	Likert
Minat beli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif <p>Sumber: Kotler dan Keller (2017:150)</p>	Likert

1.8.7 Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima tahapan yaitu uji instrumen, uji prasyarat, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

1.8.7.1 Uji Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan 2 uji yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji validitas

Dasar pengambilan keputusan dari uji ini adalah sebagai berikut: (Siregar, 2016:28)

- 1) Jika nilai r -hitung $>$ r -tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai r -hitung $<$ r -tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara uji *cronbach alpha*. Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji ini adalah sebagai berikut: (Siregar, 2016:29)

- 1) Jika nilai *cronbach alpha* $>$ 0,60, maka item pernyataan dinyatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *cronbach alpha* $<$ 0,60, maka item pernyataan dinyatakan tidak reliabel.

1.8.7.2 Uji Prasyarat

Uji prasyarat dalam penelitian ini menggunakan 2 uji yaitu uji normalitas dan uji linearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara uji *kolmogorov-Smirnov*. Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji *kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut: (Siregar, 2016:32)

- 1) Jika nilai *asyp.sig* $>$ 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.

2) Jika nilai *asympt.sig* < 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji linearitas adalah sebagai berikut: (Siregar, 2016:35)

- 1) Jika nilai *deviation from linearity sig* > 0,05 dan nilai f-hitung < f-tabel, maka dapat dikatakan bahwa model regresi memiliki hubungan yang linear secara signifikan.
- 2) Jika nilai *deviation from linearity sig* < 0,05 dan nilai f-hitung > f-tabel, maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak memiliki hubungan yang linear secara signifikan.

1.8.7.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (X) apakah bernilai positif atau justru negatif terhadap variabel dependen (Y), serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan (Siregar, 2016:39).

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

Y = Variabel minat beli konsumen

α = Konstanta (nilai Y apabila X=0)

β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X = Variabel penerapan label halal

1.8.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R² mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R² mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan

semakin mendekati 0, maka variabel *independen* secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel *dependen* (Siregar, 2016:40).

1.8.7.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji parsial (uji-t), yang bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel *dependen*. Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji ini adalah sebagai berikut: (Siregar, 2016:35)

- a. Jika nilai koefisien determinasi bernilai positif, nilai t-hitung $>$ t-tabel, dan nilai sig $<$ 0,05, maka hipotesis dinyatakan diterima.
- b. Jika nilai koefisien determinasi bernilai negatif, nilai t-hitung $<$ t-tabel, dan nilai sig $>$ 0,05, maka hipotesis dinyatakan ditolak.

1.9 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akan pengetahuan dan pengembangan yang akan memberikan manfaat bagi studi kejepangan terkait perilaku masyarakat Indonesia dalam memilih makanan Jepang yang banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu baik melalui kajian teoretis maupun kajian riset di bidang kejepangan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperkaya khazanah keilmuan khususnya bagi peneliti terkait tema penelitian tentang penerapan label halal dalam hal meningkatkan minat beli konsumen di restoran yang menyajikan makanan Jepang.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola usaha makanan Jepang di Indonesia khususnya Resto Nowoto Ramen. Hal ini dimaksudkan agar makanan Jepang terus dapat melebarkan sayapnya sehingga semakin diminati oleh masyarakat.

- b. Penelitian ini diharapkan mampu membantu masyarakat untuk memilih makanan yang tepat dikonsumsi yang juga menjadi *trend* dalam kehidupan masyarakat.

1.10 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan mengetahui permasalahan yang sedang dibahas pada penelitian ini, maka penulis menguraikan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini penulis membahas mengenai latar belakang, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Gambaran Umum

Pada bab ini penulis membahas mengenai sejarah Resto Nowoto Ramen, visi misi Resto Nowoto Ramen, struktur organisasi Resto Nowoto Ramen, dan logo Resto Nowoto Ramen.

Bab III : Pengaruh Penerapan Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Di Resto Nowoto Ramen

Pada bab ini penulis membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan terkait penerapan label halal terhadap minat beli konsumen di Resto Nowoto Rame.

Bab IV : Simpulan

Pada bab ini penulis membahas mengenai kesimpulan dari hasil analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dan saran.